

1 ANTECEDENTES

En la ciudad de Tarija los estilos de vida y hábitos han ido evolucionando, las mujeres se interesan más en su apariencia física por lo que buscan tener una mejor preparación y por ello ven como alternativa asistir a los gimnasios de la ciudad con la finalidad de poder prepararse físicamente, esto ayuda a que las madres potencialmente fértiles puedan tener una mejor preparación física y emocional ya que les ayuda en el proceso de gestación.

Hoy en día las mujeres llevan su embarazo de una forma muy distinta a como lo hacían nuestras abuelas o bisabuelas, cuidan su alimentación para no engordar, siguen con su vida social y hasta hacen ejercicio. Que es una práctica muy recomendada por los expertos para evitar una excesiva subida de peso, preparar el cuerpo para el parto, prevenir posible depresión después de dar a luz y comenzar a establecer una relación directa con el bebé.

Según datos obtenidos por el SEDES (VER ANEXO N° 1), cada año se van incrementando las mujeres embarazadas como vemos a continuación en la siguiente tabla:

TABLA 1: POBLACIÓN ESTIMADA DE EMBARAZOS, ABORTOS Y NACIMIENTOS, DEPARTAMENTO DE TARIJA

Año	Mujeres en edad fértil	Embarazos	Hijos nacidos vivos	Abortos	Hijos nacidos muertos
2010	136061	14653	12974	1525	154
2011	139277	14999	13311	1532	156
2012	142429	15346	13640	1549	157

Fuente: SEDES

TABLA 2: POBLACIÓN ESTIMADA DE EMBARAZOS, ABORTOS Y NACIMIENTOS, CIUDAD DE TARIJA

Año	Mujeres en edad fértil	Embarazos (10%)	Hijos nacidos vivos (88%)	Abortos (10.4%)	Hijos nacidos muertos (1.6%)
2010	58506	5851	5149	609	93
2011	59889	5989	5270	623	96
2012	61245	6125	5390	637	98

Fuente: SEDES



En base a estos datos se puede observar que no todas las mujeres gestantes culminan de forma favorable su embarazo el 10.4% termina en abortos debido a diferentes causas como ser falta de atención preventiva y el 1.6% de estos embarazos culminan de forma lamentable como es la muerte.

Esto se debe en gran parte a que no existen centros que brinden servicios integrales a la mujer gestante de esta manera es muy importante que las mujeres realicen este tipo de gimnasia ya que tiene innumerables beneficios, tanto para la futura madre como para el bebe.

2 JUSTIFICACIÓN.

Con la creación de este emprendimiento se pretende brindar un servicio a las madres gestantes para un mejor parto.

La gimnasia pre-parto (que puede realizarse sola o en pareja) consiste en una serie de actividades físicas y ejercicios que van armonizando, tonificando y preparando a la futura mamá para el momento del nacimiento, a la vez que le permiten comenzar a establecer una comunicación con su bebe; también fortalece al sistema cardiovascular por lo cual el cansancio será menor.

La actividad física en las mujeres embarazadas tiene beneficios añadidos como:

- Ayudar a evitar la diabetes de gestación¹
- Aliviar el estrés²
- Desarrollar la resistencia necesaria para el parto
- Mantener bajo control la depresión post-parto³ que sufren muchas primerizas.
- Ayuda a reducir en gran medida el dolor del parto
- Favorece una rápida recuperación posparto

¹ Es una forma de [diabetes mellitus](#) inducida por el [embarazo](#)

² Es una reacción fisiológica del organismo en el que entran en juego diversos mecanismos de defensa para afrontar una situación que se percibe como amenazante o de demanda incrementada.

³ Consiste en el desarrollo de una depresión en la madre tras el nacimiento de su hijo.



- Facilita el regreso a las actividades normales después del parto, sin temor a la incontinencia cuando ría, tosa, o salte. (Incontinencia que se estima afecta alrededor del 30% de las mujeres).

De esta manera se puede observar que es necesario implementar este tipo de servicio ya que es novedoso para la población de Tarija y de gran importancia para el cuidado de las mujeres en etapa de gestación ya que se les está privando de un servicio primordial para mejorar su salud y estado físico.

Justificación práctica

Para el emprendimiento se realizará la prestación del servicio siguiendo los estándares de las empresas relacionadas al tipo de servicio que ofrecemos (gimnasia, spa y otros).

En la ciudad de Tarija, actualmente se cuenta con el personal necesario para llevar adelante la puesta en marcha de este emprendimiento.

Justificación Social

Con el presente plan de negocio se introducirá al mercado tarijeño un servicio que es demandado, principalmente por las mujeres que tienen un embarazo después de los 25 años. Ofreciendo este tipo de servicio se mejorara el cuidado que deben tener las mujeres gestantes, y a través de los ejercicios que ofrecemos permitiremos a que las mujeres tengas un embarazo sin muchas complicaciones que comprometan su salud.

3 NECESIDADES INSATISFECHAS

La preparación física en mujeres gestantes es muy importante para: saber cómo actuar durante el trabajo de parto, mejorar el bienestar físico y mental de la futura mamá, aumentar la elasticidad muscular, estimular la circulación sanguínea, flexibilizar las articulaciones que intervienen en el parto y ayudar a controlar la respiración.

En la ciudad de Tarija existe una carencia de un centro de preparación física pre-natal ni otros servicios similares para las mujeres en esta etapa importante de su vida como es la del embarazo. De esta manera se genera la necesidad de brindarles preparación física a las



mujeres en etapa de gestación, aproximadamente el 10.4% no culmina la etapa del embarazo de forma favorable, por este motivo para terminar con un embarazo feliz y sin ningún tipo de complicaciones ni con los excesivos dolores que implica el parto se necesitan de estos ejercicios y preparación para el momento de dar a luz; así también necesitan una orientación adecuada con profesionales en la materia.

3.1 Planteamiento del Problema

En las condiciones actuales las mujeres embarazadas por la falta de un centro de preparación física pre-natal tienen dificultades al momento de dar a luz como es el excesivo dolor y el trabajo de parto se hace más largo debido a la falta de preparación física.

Conforme a los datos registrado en la tabla 2 se puede observar que las mujeres gestantes al no tener previa preparación física el 10.4% no llega a la etapa final del embarazo y el 1.6% de estos bebés nacen muertos.

Por tanto de manera específica el problema que consideramos tomar como base para el presente trabajo es como sigue:

“Por la carencia de un centro de preparación física pre-natal no permite que las futuras madres puedan tener una preparación física adecuada para poder evitar posibles problemas como son: la diabetes, estrés y el excesivo dolor que implica un trabajo de parto.”

4 OBJETIVOS

Conforme a los antecedentes, justificación y problema planteado, los objetivos que se espera alcanzar con la realización del presente trabajo son:



4.1 Objetivo Genérico

Determinar la viabilidad económica y financiera de la creación e implementación de un CENTRO DE PREPARACION FISICA PRE-NATAL en la ciudad de Tarija, que tenga sus instalaciones en la misma ciudad.

4.2 Objetivos Específicos

Con el propósito de lograr el objetivo general, los objetivos específicos previstos en el presente trabajo son:

- Identificar el mercado potencial, y caracterizar la demanda de este servicio a través de la investigación de mercado.
- Definir los segmentos meta de mercado, clientes potenciales y la estrategia de distribución más conveniente para la empresa.
- Definir la organización y acciones necesarias para la implementación exitosa de la estrategia comercial propuesta.
- Determinar el nivel de inversión requerido para la implementación del negocio y calcular los principales indicadores financieros.

5 METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

Para el comienzo del plan de negocio se utilizara una investigación exploratoria para la recolección de datos e información importante.

El método que se utilizara será la investigación descriptiva ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.



En esta investigación se analizan los datos reunidos para descubrir que variables están relacionadas entre sí. La investigación descriptiva, describe una situación, fenómeno, proceso o hecho social para formular, en base a esto, hipótesis precisas.

También se utilizara el método estadístico, principalmente para el estudio de mercado donde se realizara el trabajo de campo, para el recojo de información primaria.



||

CAPITULO I

ANALISIS DEL ÁMBITO DEL NEGOCIO



1 DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DEL NEGOCIO

La preparación física en mujeres gestantes es un aspecto muy importante para: saber cómo actuar durante el trabajo de parto, mejorar el bienestar físico y mental de la futura mamá, aumentar la elasticidad muscular, estimular la circulación sanguínea, flexibilizar las articulaciones que intervienen en el parto y ayudar a controlar la respiración.

En la ciudad de Tarija no existe un centro de preparación física pre-natal ni otros servicios similares para las mujeres en esta etapa importante de su vida como es la del embarazo generándose una necesidad de brindarles la preparación física a las mujeres en etapa de gestación, según datos del ministerio de salud aproximadamente el 12% no culmina la etapa del embarazo de forma favorable, lo que muestra una baja incidencia en un embarazo feliz y sin ningún tipo de complicaciones ni con los excesivos dolores que implica el parto, se necesitan de estos ejercicios y preparación para el momento de dar la luz por personal adecuado.

La idea del emprendimiento es proporcionar un servicio integral de atención a las madres gestantes con una preparación física previa al parto. La gimnasia pre-parto (que puede realizarse sola o en pareja) consiste en una serie de actividades físicas y ejercicios que van armonizando, tonificando y preparando a la futura mamá para el momento del nacimiento, a la vez que le permiten comenzar a establecer una comunicación con su bebe; también fortalece al sistema cardiovascular por lo cual el cansancio será menor.

1.1 Beneficios para el cliente

Entre los beneficios adicionales se busca:

- Ayudar a evitar la diabetes de gestación
- Aliviar el estrés
- Desarrollar la resistencia necesaria para el parto
- Mantener bajo control la depresión post-parto que sufren muchas primerizas.



- Ayuda a reducir en gran medida el dolor del parto.
- Favorece una rápida recuperación posparto.
- Facilita el regreso a las actividades normales después del parto, sin temor a la incontinencia cuando ría, tosa, o salte. (Incontinencia que se estima afecta alrededor del 30% de las mujeres).

Debido a los beneficios que brinda la preparación física pre-natal es necesario implementar este tipo de servicio ya que es novedoso para la población de Tarija y de gran importancia para el cuidado de las mujeres en etapa de gestación ya que se les está privando de un servicio primordial para mejorar su salud y estado físico.

1.2 Análisis del ámbito del negocio

El negocio está dirigido a las mujeres gestantes de la ciudad de Tarija, que quieran recibir alguno de los servicios por parte del centro de preparación física Pre-natal.

1.3 Análisis del entorno mediato

El análisis del entorno mediato nos proporcionara los insumos necesarios con respecto a las variables del entorno general de la organización que nos proporcionaran información para analizar las oportunidades y riesgos para el negocio, para ello este análisis abarca las siguientes variables:

1.3.1 Factor socio-cultural

Un aspecto importante en el análisis tiene que ver con la gente que vive en una sociedad en particular rodeada de valores esenciales que tienden a permanecer, los cuales se transmiten de padres a hijos.

El entorno social influye en el comportamiento individual, familiar y organizacional; la unidad familiar se muestra muy dinámica y cambiante debido a la evolución de los roles de sus miembros. Cada vez se demandan más productos y servicios que no ayuden a facilitar ciertas tareas.



Población femenina en edad fértil

El siguiente cuadro muestra como la población femenina en edad fértil se ha ido incrementando en el transcurso de los años como se detalla a continuación.

TABLA 3: POBLACIÓN ESTIMADA EN EDAD FÉRTIL

Año	Mujeres en edad fértil	Embarazos (10%)	Hijos nacidos vivos (88%)	Abortos (10.4%)	Hijos nacidos muertos (1.6%)
2010	58506	5851	5149	609	93
2011	59889	5989	5270	623	96
2012	61245	6125	5390	637	98

Fuente: SEDES

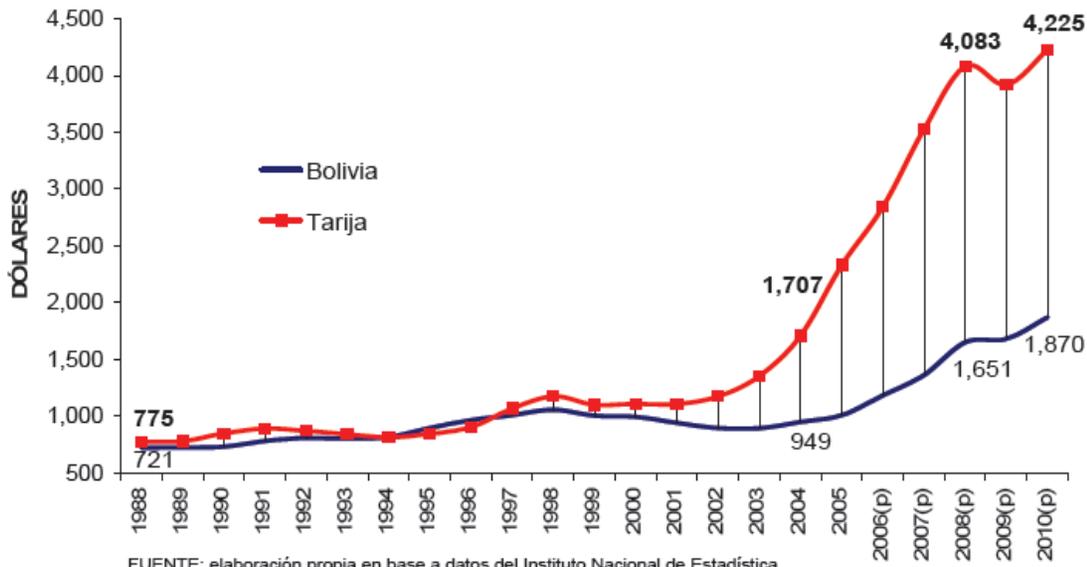
Según los datos reflejados en el cuadro se muestra una oportunidad de poder llegar a este segmento de mercado (mujeres embarazadas) con el proyecto ya que se estima un crecimiento demográfico importante del segmento meta que son las mujeres en edad fértil ya que este se encuentra en constante crecimiento lo cual muestra una oportunidad para la implementación de este centro de preparación física pre-natal.

1.3.2 Factor económico

Para este análisis se toma en cuenta los factores económicos que tienen consecuencia directa sobre el estudio específico, se refiere a un análisis profundo en las variables macroeconómicas a nivel departamental.

PIB per cápita

El ingreso per cápita de Tarija es alto debido a la producción y exportación de gas natural, pero un reto para este departamento es reactivar los sectores que fueron descuidados, según un informe nacional de coyuntura de la Fundación Milenio.

**GRAFICO 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO, BOLIVIA Y TARIJA**

Fuente: Fundación Milenio

Según datos económicos se espera que con los recursos obtenidos por la renta petrolera pueda darse un efecto multiplicador en los ingresos de las personas ya que se reflejaría en mayor consumo de servicios y productos lo cual busca las empresas que ofertan bienes o servicios. Tarija en las últimas décadas transformó su estructura productiva orientándose fundamentalmente hacia los hidrocarburos. Lamentablemente, el impacto fue relegar a sectores como la industria manufacturera y la agricultura que a diferencia del gas natural son renovables.

El PIB nos refleja el valor total de la producción de bienes y servicios de nuestro país en un determinado periodo (por lo general un año, aunque a veces se considera el trimestre), este dato nos ayuda a analizar que nuestra economía cada vez va creciendo, lo cual a la vez implica que existe mayor cantidad de circulante en el medio, dando mayor consolidación a las inversiones; en ese sentido es favorable ya que nos brinda la posibilidad de emprender este proyecto, convirtiéndose en una oportunidad.

Desde el año 2000 se puede observar un nivel mayor del ingreso per cápita de Tarija en comparación al promedio nacional, a partir de 2004 la diferencia se hace sustancial



y en 2008 llegó a 2.432 dólares. Luego de un leve descenso del ingreso tarijeño en 2009 de 4.0 %, en 2010 se recuperó con un incremento de 7.8 % llegando 4.225 dólares.

Los datos mencionado líneas arriba, benefician a este tipo de emprendimientos. Primero ampliando (vía gasto) la demanda de nuevos servicios, como ser los servicios de un centro de preparación pre-natal. El incremento en la demanda sería explicado por una mayor posibilidad de gastos de la población. Y segundo, también el contar con mayores ingresos departamentales, los flujos migratorios se incrementan, por las altas expectativas de desarrollo que tendría el departamento: Ampliando el segmento al cual está dirigido el negocio. Y una tercera vía por la cual se beneficia el emprendimiento es la reducción de la migración hacia otros departamentos y/o países de la población.

La inflación

En 2011, Bolivia tuvo una inflación anualizada de 6,9 por ciento y en enero pasado registró 0,30 por ciento.

Para 2012, el Gobierno prevé una inflación del 5 por ciento y un crecimiento económico del 5,5 por ciento, una expansión similar a la estimada el año pasado.

Durante esta gestión, comparados los datos de las tres principales ciudades del país, se constata que actualmente la ciudad más barata para la compra de alimentos es Santa Cruz de la Sierra, donde los precios de alimentos y bebidas inclusive disminuyeron hasta febrero.

El índice de inflación de Bolivia registró la tasa más baja de Sudamérica en el primer trimestre de este 2012 debido a las políticas económicas que son ejecutadas desde el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, el Banco Central de Bolivia (BCB) y otras instituciones.

“El incremento de precios de los alimentos en los primeros tres meses del año llegó a 0,83% en Bolivia. Comparando con otros países de Sudamérica, es la inflación acumulada más baja de la región”, reveló un reciente informe de la Fundación Jubileo.



GRAFICO 2: INFLACIÓN EN SUDAMÉRICA



Fuente: Fundación Jubileo

El índice de inflación de Bolivia registró la tasa más baja de Sudamérica en el primer trimestre de este 2012; esto expresa condiciones económicas un tanto desfavorables, para la implementación de este nuevo servicio en el departamento de Tarija, como es el Centro de Preparación Física Pre-natal. Sin embargo si se mira más detenidamente el origen de la inflación, el mismo se encuentra en los alimentos de primera necesidad.

1.4 Análisis del entorno inmediato

El entorno inmediato consiste en las fuerzas cercanas a la empresa, se analizará las variables concernientes a nuestro mercado, para ello este análisis abarca las siguientes variables:

Proveedores

Esta empresa necesita sobre todo productos destinados a la realización de ejercicios como ser las colchonetas (para realizar Pilates), pelotas (esferodinamia) que se usaran



para este fin y otros. Existen empresas que distribuyen todos estos productos o que se los realiza por pedidos a otras ciudades como ser Santa Cruz, La Paz y Oruro por lo que se disminuye su poder, además de existir una fuerte competencia entre ellas por lo que reducen sus precios.

Los proveedores de recursos básicos para llevar a cabo la prestación de nuestros servicios serán:

Servicios básicos:

- SETAR (luz)
- COSAALT (agua)
- COSETT (teléfono e internet)

Otros Materiales:

- Material de Escritorio (Librerías)
- Muebles y Enseres.

Clientes

Este servicio estará destinado a cubrir las necesidades de mujeres en etapa de gestación (mujeres embarazadas) para que ellas puedan realizar ejercicios y prepararse para el día del parto.

Haciendo un análisis de la situación económica actual en las familias tarijeñas se puede percibir que los ingresos que estas perciben son relativamente medios.

Por lo que nuestro servicio estará orientado principalmente a mujeres: de ingresos medios e ingresos altos, tomando en cuenta que se trata en la actualidad de un servicio muy importante en la salud y bienestar físico de la mujer.



Rivalidad competitiva

Actualmente no existen competidores en la ciudad de Tarija, solo que al crearse esta empresa otras similares como son los gimnasios decidan implementar este nuevo servicio.

Para esto nuestro servicio busca posicionarse en la mente de los clientes para que vean esta empresa como la única que pueda satisfacer sus necesidades y algo innovador en el mercador regional.

1.5 Síntesis del análisis del ámbito del negocio

Después de haber concluido con los análisis del ámbito del negocio se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- Bolivia es un país en vías de transformación, de nuevos cambios de estilos de vida que se imponen en otros países.
- Las mujeres gestantes no tienen un servicio similar como el que ofrecerá este centro de Preparación Física Pre-natal, por lo cual optaran por acudir a este servicio primordial.
- El poder negociador de los proveedores es bajo debido a que no influye de manera considerable, para que esta empresa pueda brindar un buen servicio a sus clientes, ya que para prestar sus servicios no se requiere de proveedores que puedan afectar o influir en la demanda del servicio que prestara este CENTRO DE PREPARACIÓN FISICA PRE-NATAL.
- El poder de negociación de los clientes es importante, ya que el cliente decide donde ir y que servicios utilizar, exigiendo la calidad de los mismos a un menor costo. Por lo que la variable precio se convierte en un factor importante a la hora de brindar un servicio. El poder negociador del cliente tiene gran influencia en la demanda que pueda presentar nuestra empresa.
- El entorno social influye en el comportamiento individual, familiar y organizacional; la unidad familiar se muestra muy dinámica y cambiante



debido a la evolución de los roles de sus miembros. Cada vez se demandan más productos y servicios que no ayuden a facilitar ciertas tareas.

- El servicio está orientado principalmente a mujeres: de ingresos medios-altos, en la actualidad es un servicio muy importante en la salud y bienestar físico de la mujer.



CAPITULO II PLAN DE MARKETING



2 PLAN DE MARKETING

En este capítulo se inicia por la investigación de mercado, posteriormente se realiza el plan de marketing, a través del mix de marketing.

2.1 Estudio de mercado

No cabe duda que la Investigación de Mercado comprende una de las fases más importantes del marketing donde se identifica, recopila y analiza la información del mercado meta, relacionados con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia con el propósito de mejorar la toma de decisiones en función a la determinación de la información necesaria para ofrecer productos y/o servicios adecuados al mercado.

En la presente investigación se detallara cuáles serán las fuentes de información, los métodos e instrumentos de investigación a utilizar en el trabajo de campo.

2.2 Identificación del Problema

En las condiciones actuales las mujeres embarazadas por la falta de un centro de preparación física pre-natal tienen dificultades al momento de dar a luz como es el excesivo dolor y el trabajo de parto se hace más largo debido a la falta de preparación física.

Conforme a los datos registrado en la tabla 1 se puede observar que las mujeres gestantes al no tener previa preparación física el 11% no llega a la etapa final del embarazo y el 1.2% de estos bebés nacen muertos

Por tanto de manera específica el problema que consideramos tomar como base para el presente trabajo es como sigue:

“Por la carencia de un centro de preparación física pre-natal no permite que las futuras madres puedan tener una preparación física adecuada para poder evitar posibles problemas como son: la diabetes, estrés y el excesivo dolor que implica un trabajo de parto.”



2.3 Problema de Decisión Gerencial

¿Deberá implementarse un Centro de Preparación Física Pre-natal en la ciudad de Tarija para cumplir con los requerimientos de los clientes?

2.4 Preguntas de Investigación

¿Qué atributos valorarían más al momento de asistir a un centro de preparación prenatal?

¿Cómo se considera el factor precio?

¿Determinar la mejor ubicación para el nuevo servicio?

2.5 Hipótesis

H1: La carencia de un Centro de Preparación Física Pre-natal en la ciudad de Tarija impide que las mujeres en etapa de gestación puedan tener una preparación física adecuada para el momento del parto y así con la práctica de estos ejercicios evitar la diabetes de gestación, aliviar el estrés y la presión post-parto, que son los problema más frecuentes afectan a la mujer en etapa de gestación.

2.6 Objetivos del estudio de mercado

Objetivo General

Identificar y cuantificar los factores de mayor influencia en la decisión de implementar un Centro de Preparación Física Pre-natal en la ciudad de Tarija determinando su potencial de mercado.

Objetivo específico

- ❖ Determinar las preferencias para conocer el grado de aceptación que tendrá el Centro de Preparación Física Pre-natal.
- ❖ Determinar cuál es la situación actual de demanda de este tipo de servicios.
- ❖ Identificar y describir las características, atributos que valora el consumidor al momento de acceder a este tipo de servicios.
- ❖ Establecer la demanda insatisfecha de este tipo de servicios en la ciudad de Tarija.



- ❖ Determinar las estrategias de marketing adecuadas para incrementar el consumo de este tipo de servicios.
- ❖ Identificar los canales de distribución

2.7 Metodología de Investigación

En la presente investigación se utilizará los siguientes métodos para la realización de una adecuada investigación de mercado en la ciudad de Tarija.

Fuentes de información:

Primarias⁴.- Recabaremos información propia realizando una Investigación exploratoria y posteriormente una investigación descriptiva, a mujeres en etapa de gestación con una economía estable, esta información puede encontrarse a través de algunos métodos de investigación:

Método de Encuesta.- Consiste en formular preguntas para un segmento de mercado representativo de la población a través de la técnica de muestreo, que nos permita obtener suficiente información real.

Para la elaboración del cuestionario aplicaremos la técnica de Muestreo Aleatorio Simple, para determinar la proporción de personas que acudirán a este centro de preparación física pre-natal.

Secundarias.- Dentro de la investigación de mercado es necesario recurrir a información secundaria de fuentes confiables como: libros, INE, tesis, revistas, periódicos, internet y otros.

2.7.1 Proceso de diseño de la muestra

Los pasos para el diseño de la muestra están estrechamente relacionados y son relevantes para una adecuada investigación de mercados por lo tanto se constituye en un instrumento de mercado importante, donde se podrá determinar la muestra que se va a estudiar.

Un estudio de mercado bien planificado siempre será más rentable y eficaz.

⁴ Una **fuentes primaria** es la [fuente documental](#) que se considera material de primera mano relativo a un fenómeno que se desea investigar.



A continuación se detalla el proceso de diseño de la muestra.

2.7.2 Definición de la población objetivo

Seleccionar un mercado, implica evaluar el atractivo de cada uno de sus segmentos y seleccionar aquellos a los que se entrará.

Un mercado meta es un grupo de clientes hacia donde la organización trata de orientar sus esfuerzos de mercadotecnia, los mismos deben ser compatibles con sus metas, con la imaginación de la organización y las oportunidades de mercado relacionados con los recursos de la compañía.

La población objetivo de la empresa está conformada por mujeres de 15 a 40 años potenciales madres gestantes.

La población sujeta a estudio son las mujeres en edad fértil que según estimaciones del INE, para el 2012 son 61245. Mientras que la población meta es conformado por las que están en etapa de gestación, que también según estimaciones del SEDES por año son alrededor del 9.49% de las mujeres en edad fértil.

2.7.3 Determinación del Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra sabemos que la población de mujeres en edad fértil de la ciudad de Tarija es de 61245 cada una de ellas ubicados en distintos barrios de la ciudad.

Entonces: son de 61245 mujeres en edad fértil que utilizaremos para determinar la muestra de acuerdo a la Instituto Nacional de Estadística (INE).

2.7.4 Técnica de muestreo

Utilizaremos la técnica de muestreo probabilística, específicamente el muestreo aleatorio simple (MAS), donde cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección idéntica conocida de ser la muestra que se elija, de acuerdo a la tabulación de la pregunta.



N° 1 ¿Usted estaría de acuerdo con la implementación de un Centro de preparación Física Pre-natal?

De la encuesta piloto no representativa aplicada a VEINTE mujeres gestantes que se encuentran en la ciudad de Tarija. Se realizó con el propósito de facilitar la obtención de los datos necesarios para determinar la muestra de la población. Se evidencia de acuerdo a la tabulación realizada de las VEINTE mujeres gestantes entrevistadas, DIECIOCHO están de acuerdo con la apertura de un centro de preparación física pre-natal, y DOS no estarían de acuerdo con la apertura de la misma, entonces:

P=probabilidad de éxito (SI están de acuerdo con la apertura de un centro de preparación física pre-natal)

Q=probabilidad de fracaso (NO están de acuerdo con la apertura de un centro de preparación física pre-natal).

$$P = 18/20 = 0.90 = 90\%$$

$$Q = 2/20 = 0.10 = 10\%$$

- ❖ La proporción de las personas entrevistadas que están de acuerdo con la apertura de un centro de preparación física pre-natal es el 90 %.
- ❖ Un 10% de las personas entrevistadas no estaría de acuerdo con la apertura de un centro de preparación física pre-natal

2.7.5 Cálculo de la muestra poblacional (n_0).

Para el cálculo de la muestra de la población tomaremos un nivel de confianza del 95%. Asumiendo un error máximo en el proceso de encuesta del 5%.



Entonces:

Nivel de confianza = 95% = 1.96 $Z_{e/2}$

Error = 5 %

2.7.6 Cálculo de la muestra (n).

N = Es igual a la población.

P = Es igual a la probabilidad de éxito.

Q = Es igual a la probabilidad de fracaso.

$Z^2_{e/2}$ = Es igual a $0.95 / 2 = 0.475 = 1.96$ (según tabla estadística).

E = Es igual al error que es del 5%

$$n_0 = \frac{(Z_{E/2})^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z_{E/2})^2 * p * q}$$

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 * (61245) (0.90 \times 0.10)}{(0.05)^2 (61245 - 1) + (1.96)^2 (0.90 \times 0.10)}$$

n₀ = 138 personas

2.7.7 Calculo de la muestra definitiva (n).

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{138}{1 + \frac{138}{142429}}$$

n = 138 personas a encuestar



2.8 Diseño del Cuestionario.

El cuestionario es una técnica estructurada para recopilar datos, consiste en una serie de preguntas estructuradas que deberán responder las entrevistadas.

Pregunta 1: ¿Usted estaría de acuerdo con la implementación de un Centro de preparación Física Prenatal?

Pregunta 2: ¿Usted tiene conocimiento de la existencia de algún centro de Preparación Física Pre-natal en la ciudad de Tarija?

Pregunta 3: ¿Usted estaría dispuesta a asistir a este servicio si se implementaría en la ciudad de Tarija?

Pregunta 4: ¿Como cree que le afectara en el momento del parto no haber recibido una preparación física adecuada?

Pregunta 5: ¿Qué atributos valoraría más al momento de asistir a un centro de Preparación Física-Pre-Natal?

Pregunta 6: ¿Cuál de estos servicios le gustaría que se implemente como complemento a la Preparación Física Pre-natal?

Pregunta 7: ¿Dónde cree que debería estar ubicada el centro de preparación física pre-natal?

Pregunta 8: Ingreso Familiar Estimado

Pregunta 9: ¿Qué medio de comunicación es de su mayor preferencia?



2.9 Interpretación de resultados

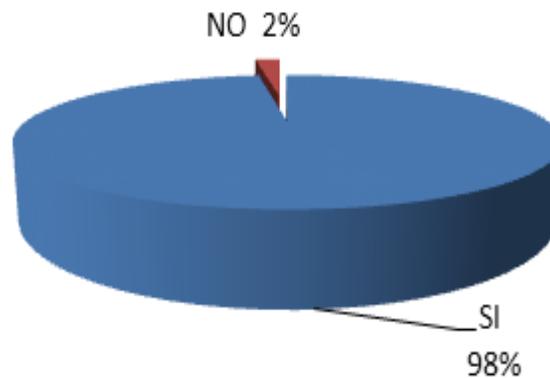
Lo datos que a continuación se presenta fueron recabadas a través de LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS realizadas a la población femenina en etapa de gestación, utilizando una cuestionario adecuadamente elaborado (VER ANEXO N° 2)

Una vez realizada las encuestas y tabuladas las mismas, el resultado por cada una de la pregunta corresponde al siguiente detalle:

Pregunta 1

¿Usted estaría de acuerdo con la implementación de un Centro de preparación Física Prenatal?

GRÁFICO N° 3



Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo

En cuanto a la primera pregunta, del total de encuestados el 98% señalan que están de acuerdo con la implementación de un Centro de Preparación Física Pre-natal, y tan solo el 2% no están de acuerdo con la implementación de este centro, lo que significa un alto porcentaje de favorabilidad para la implementación del centro.



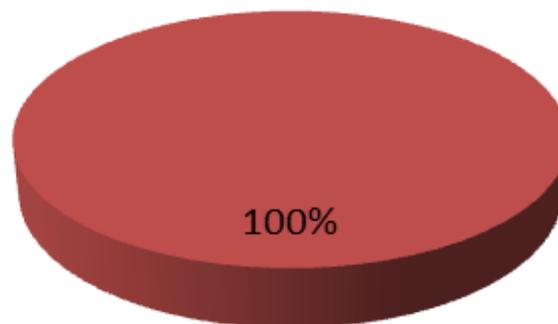
Pregunta 2

¿Usted tiene conocimiento de la existencia de algún centro de Preparación Física Pre-natal en la ciudad de Tarija?

GRÁFICO N° 4

■ sí ■ no

0%



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Respecto a la segunda pregunta, el 100% desconoce de la existencia de un centro de preparación Física Pre-natal, lo que significa que en la ciudad de Tarija no existe este tipo de servicio, y en caso de que existiese, este o estos se desconocen.

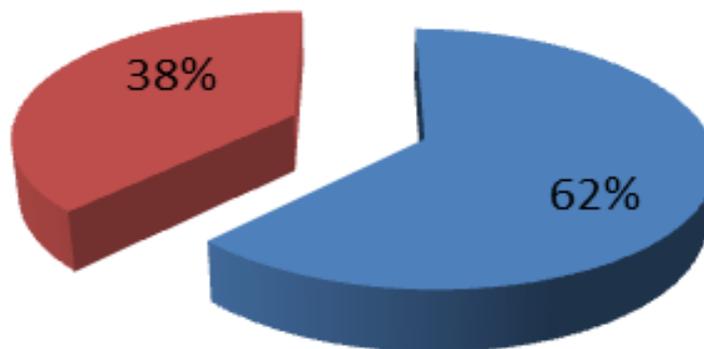


Pregunta 3:

¿Usted estaría dispuesta a asistir si este servicio se implementaría en la ciudad de Tarija?

GRAFICO N° 5

■ sí ■ no



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

El 62% está dispuesto a asistir al Centro de Preparación Física; y el 38% no asistiría a este nuevo servicio.

Se muestra una demanda favorable a la implementación del servicio por lo cual se debe llevar a cabo la implementación del Centro de Preparación Física Pre-natal.



Pregunta 4

¿Cómo cree que le afectara en el momento del parto no haber recibido una preparación física adecuada?



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

En cuanto a cómo le afectaría el no recibir una preparación adecuada en el trabajo de parto, el 58% sostienen que el trabajo de parto es más doloroso debido a la falta de una preparación física adecuada y un 35% indica que el trabajo de parto es más largo. Finalmente un 7% manifiestan que existe mayor miedo y ansiedad.

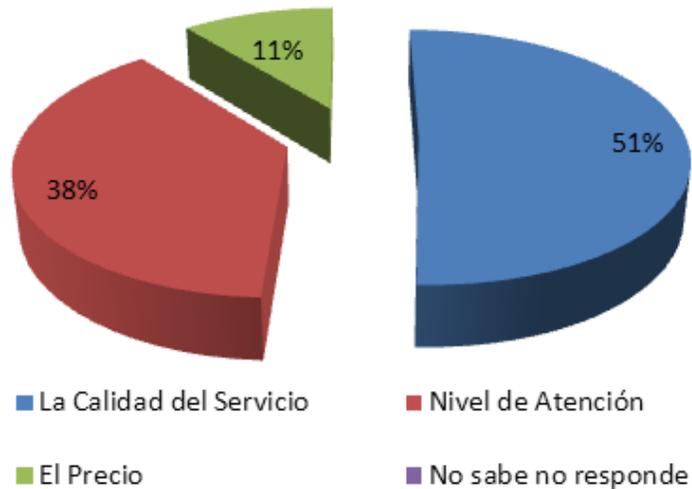
Este dato nos indica que las mujeres al no tener preparación física adecuada el momento del parto es más complicado debido a las molestias ya que con esta preparación física prenatal se le disminuye las posibles molestias en el parto que para algunas mujeres es un poco más complicado.



Pregunta 5

¿Qué atributos valoraría más al momento de asistir a un centro de Preparación Física-Pre-Natal?

GRÁFICO N° 7



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Se puede reflejar que el 51% de las encuestadas entre los atributos que más valoraría al momento de acudir a este centro de preparación física pre-natal es la calidad del servicio, un 38% sostuvo que valoraría el nivel de atención que se de en el centro, un 11% sostuvo que el precio es factor determinante para acceder a un servicio. Lo que se puede llegar a deducir que la calidad del servicio y el nivel de atención son los factores de mayor preferencia por parte de las consumidores potenciales.

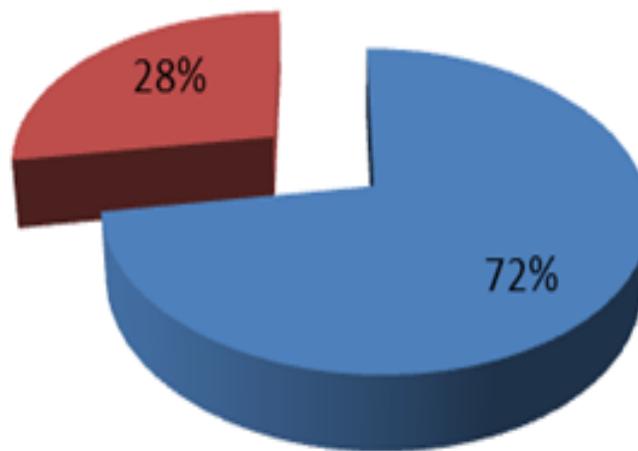


Pregunta 6

¿Cuál de estos servicios le gustaría que se implemente como complemento a la Preparación Física Pre-natal?

GRÁFICO N° 8

■ servicio psicologico ■ servicio nutricional



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

El 72% de las entrevistadas manifiesta que prefieren un servicio psicológico, y el restante 28% prefiere un servicio nutricional.

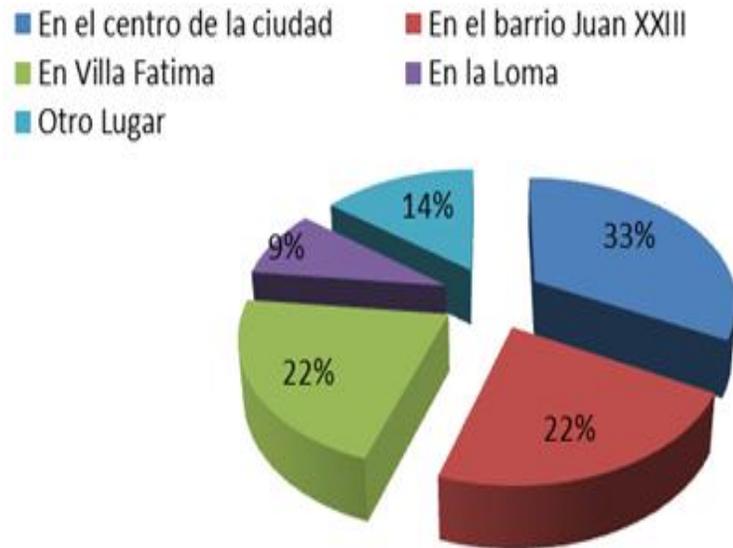
Esto nos muestra que el servicio que se debe implementar en el centro de Preparación Física Pre-natal es el servicio psicológico, ya que manifiestan que debido a distintos cambios hormonales en sus cuerpos esto les afecta en su estado de ánimo ya que no todas las mujeres llevan un embarazo de la misma manera; debido a estas causas es muy importante la implementación de este servicio.



Pregunta 7

¿Dónde cree que debería estar ubicado el centro de preparación física pre-natal?

GRÁFICO N° 9



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

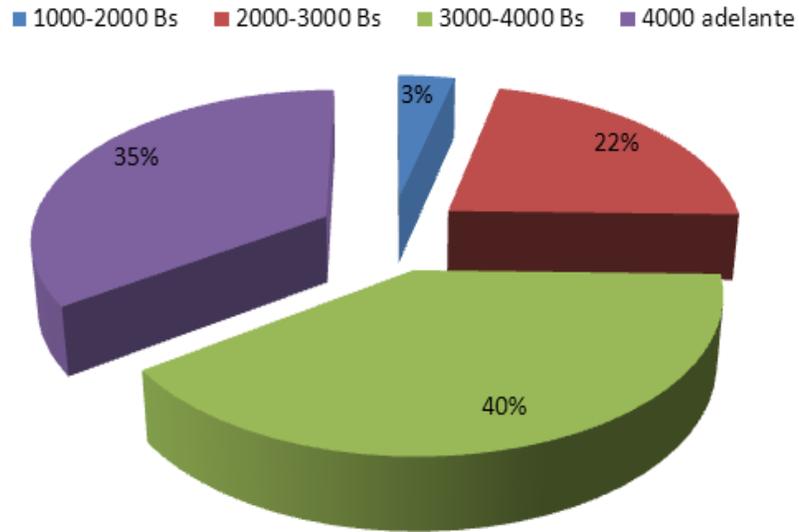
Con respecto a la preferencia de ubicación del Centro de Preparación Física Pre-natal esta señala los siguientes resultados: un 33% manifestó que la ubicación del centro de preparación física pre-natal esté en el centro de la ciudad, un 44% manifestaron que la ubicación apropiada sería en el barrio Juan XXIII y Villa Fátima, un 9% en la Loma y un 14% de las encuestadas manifestó que su ubicación sería en otro lugar de la ciudad preferentemente en el casco viejo de la ciudad.



Pregunta 8

Ingreso Familiar Estimado

GRÁFICO N° 10



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

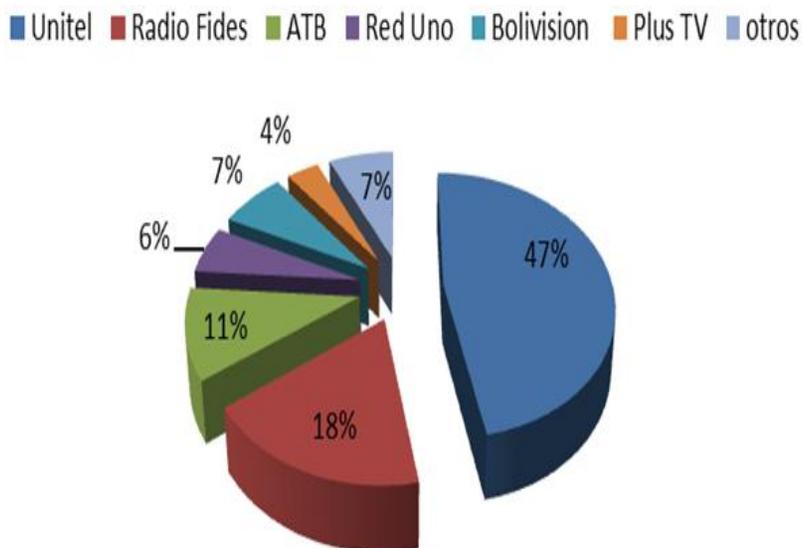
El 40% de las entrevistadas tienen un ingreso de 3000 a 4000 bs, un 35% de 4000 bs en adelante, un 22% posee un ingreso de 2000 a 3000 bs y un 3% de 1000 a 2000; concluyendo que los ingresos están por encima del mínimo nacional correspondiente y esto favorecería en gran parte para que ellas puedan asistir a este CENTRO DE PREPARACIÓN FÍSICA PRE-NATAL.



Pregunta 9

¿Qué medio de comunicación es de su mayor preferencia?

GRÁFICO N° 11



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Y para concluir con la última pregunta de qué medios de comunicación son de su preferencia: el 47% prefiere el canal UNITEL, el 18% prefiere la Radio Fides, y el restante 35% prefiere canales como ser ATB, PAT, RED UNO, PLUS TV, BOLIVISION y otros.

Lo que indica que la publicidad tiene que ser por el canal Unitel y la Radio Fides.



2.10 Conclusiones de la investigación de mercados

Una vez realizado el trabajo de campo y analizado las respuestas obtenidas de mujeres en etapa de gestación, se logró a afirmar la hipótesis formulada.

H1: La carencia de un Centro de Preparación Física Pre-natal en la ciudad de Tarija impide que las mujeres en etapa de gestación puedan tener una preparación física adecuada para el momento del parto. A través de las preguntas de investigación establecidas:

Existe una gran aceptación por parte de las mujeres en etapa de gestación hacia este servicio debido a que ellas necesitan de esta preparación física antes del parto para evitar problemas como son: los dolores de espalda, desarrollar la resistencia necesaria para el parto y mantener bajo control la depresión post-parto que sufren muchas primerizas.

- El 58% sostienen que el trabajo de parto es más doloroso debido a la falta de una preparación física adecuada y un 35% indica que el trabajo de parto es más largo. Finalmente un 7% manifiestan que existe mayor miedo y ansiedad.
- El 51% de las encuestadas entre los atributos que más valoraría al momento de acudir a este centro de preparación física pre-natal es la calidad del servicio, un 38% sostuvo que valoraría el nivel de atención que se da en el centro
- Con respecto a la preferencia de ubicación del Centro de Preparación Física Pre-natal esta señala los siguientes resultados: un 33% manifestó que la ubicación del centro de preparación física pre-natal esté en el centro de la ciudad, un 22% manifestaron que la ubicación apropiada sería en el barrio Juan XXIII
- El 40% de las entrevistadas tienen un ingreso de 3000 a 4000 Bs, un 35% de 4000 bs en adelante, un 22% posee un ingreso de 2000 a 3000 Bs y un 3% de 1000 a 2000



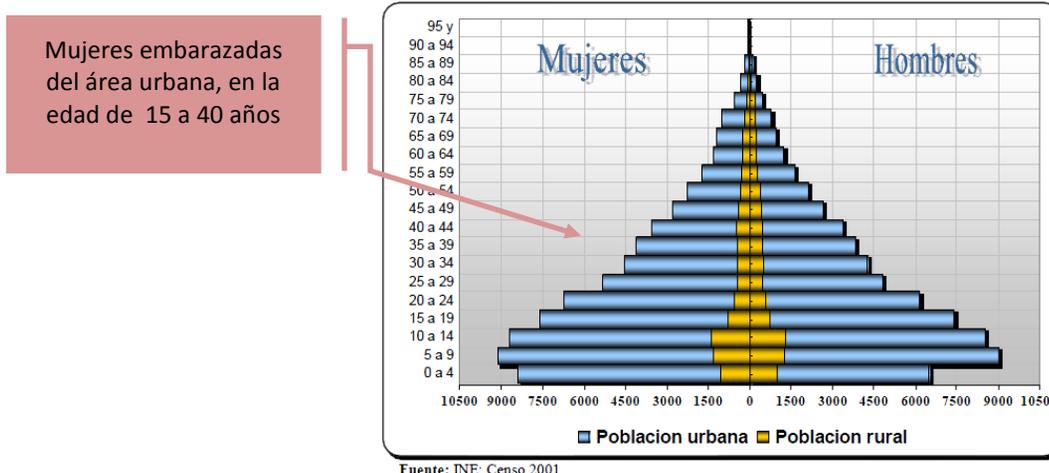
2.11 Criterios que se utilizaron para la segmentación.

El servicio está dirigido a las mujeres embarazadas, tanto si es su primer embarazo y/o es la segunda, tercera, etc. Los criterios que se siguieron para la segmentación de mercado al cual se piensa atender, se presenta a continuación:

CUADRO N° 1: SEGMENTACIÓN DE MERCADO, SEGÚN VARIOS CRITERIOS

CUANTIFICACIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO			
SELECCIÓN	Consumo final	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Consumo corporativo (Empresa)		
GEOGRÁFICA	LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	Ciudad de Tarija
	NACIONAL		
	INTERNACIONAL		
DEMOGRÁFICA	SEXO	<input checked="" type="checkbox"/>	femenino
	EDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	De 15 a 40 años, el cual es considerado como edad fértil de la mujer
	NIVEL DE INGRESOS	<input checked="" type="checkbox"/>	Clase media, media alta
	NIVEL DE EDUCACIÓN		No tiene valoración para la prestación del servicio
	OCUPACIONAL		No tiene valoración para la prestación del servicio
	CLASE SOCIAL		Todas la clases sociales
PSICOGRÁFICA	ACTITUD		
	ESTILO DE VIDA	<input checked="" type="checkbox"/>	Mujeres que tengan la predisposición de cuidarse durante su embarazo
CONDUCTUAL	OCASIÓN DE COMPRA		Una vez por embarazo (durante los últimos 5 meses)
	ÍNDICE DE COMPRA		
DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO			
Dirigido a mujeres embarazadas, que tengan residencia en la ciudad de Tarija, comprendidos en la edad de 15 a 40 años, que tengan la predisposición para cuidarse durante su embarazo.			

GRÁFICO 12: POBLACIÓN AL CUAL ESTÁ DIRIGIDO EL SERVICIO



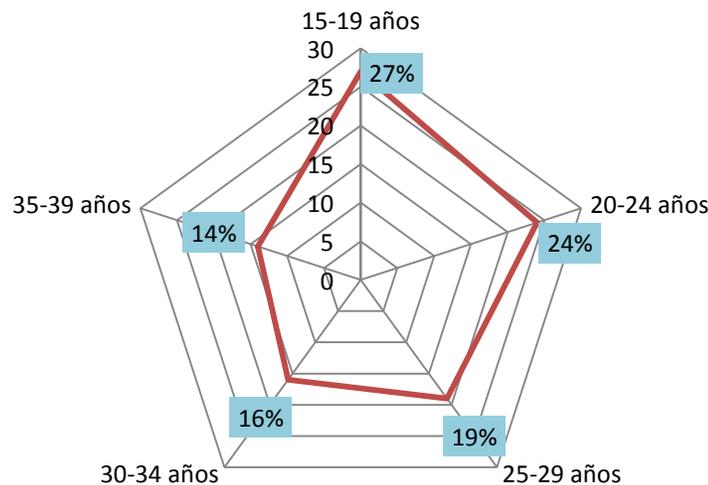


2.12 Estimación de la demanda

Basados en los datos que presenta el Instituto Nacional de Estadística (INE), a partir del 2001, la población de la Ciudad de Tarija creció a un ritmo del 4.43 por ciento anual, lo que significaría que para el 2011 se tiene estimado, que la población es de 209.459 habitantes; de los cuales el 48% (100.540) son mujeres, de este porcentaje mujeres el 42% están comprendidos en la edad de 15 a 40,(VER ANEXO N° 3), que es el segmento al cual está dirigido el servicio.

A continuación se divide el 42% (mujeres de 15 a 40 años), en grupos quinquenales para identificar qué edad tiene el mayor porcentaje, para estimar la demanda por grupo de edades.

GRÁFICO 13: PORCENTAJE DE CONCENTRACIÓN DE MUJERES (15- 40 años)



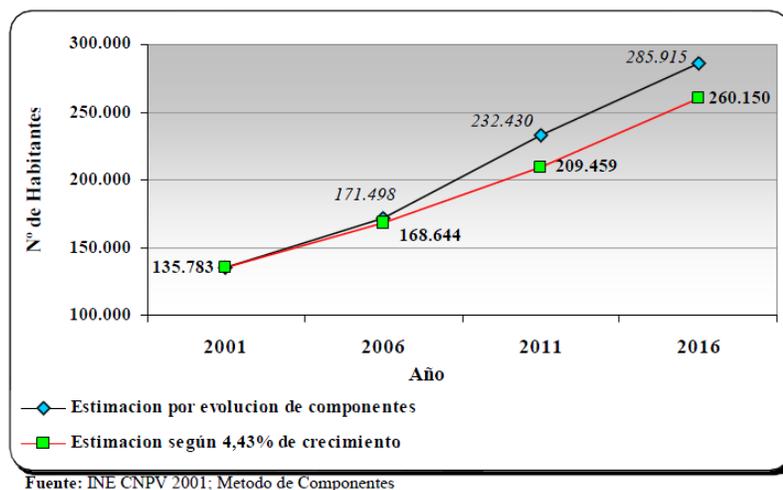
Se observa que existe una mayor prevalencia 27% en la edad 15-19 años, seguidos por la edad comprendida entre 20-24 años (24%), y con un menor porcentaje 14% las mujeres comprendidas en la edad de 35-39 años. Como la distribución de las edades en el gráfico anterior está dividida en edades quinquenales, no se incluyó la edad de los 40 años (por tratarse de un solo año), que representa 3% dentro el segmento seleccionado.



2.12.1 Estimación de la demanda potencial

La estimación de la demanda se inició a partir de población estimada según tasa de crecimiento demográfica urbana (4.43%), como se observa en la gráfica que sigue

GRÁFICO 14: CIUDAD DE TARIJA, CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN SEGÚN TASA INTER CENSAL INE 2.001 Y MÉTODO DE LOS COMPONENTES



Posteriormente se proyectó esta población, para los siguientes años, hasta el 2017. Obtenido esta población estimada de la ciudad de Tarija. Se procedió a sacar el 48% que son las del sexo femenino. Estimado el número total de mujeres por años, se sacó el 42% (mujeres de 15 – 40 años), del total de mujeres estimado, como se aprecia en la tabla que sigue:

TABLA 4: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL Y SU PROYECCIÓN

AÑOS	Población estimada (tasa de crecimiento urbana 4,43%)	% de mujeres (48%)	% de mujeres (15-40 años) 42%
2012	218738	104994	44098
2013	228428	109646	46051
2014	238547	114503	48091
2015	249115	119575	50222
2016	260151	124872	52446
2017	271676	130404	54770

Se puede apreciar que la demanda potencial estimada para el año 2013 es de 46051 mujeres en edad fértil comprendidos en la edad de 15-40 años, llegando a ser el año 2017 a 54770 mujeres en edad fértil.



2.12.2 Estimación de la demanda de la empresa y su proyección

Según datos del servicio departamental de salud el 2010 hubo en la ciudad de Tarija 3.283 partos, que fueron atendidos en un centro de salud (mayor información VER ANEXO N° 4). En el 2006 se tenía una estimación de la población femenina entre 15 – 40 años de 34573 (VER ANEXO 4). Entonces podemos decir que el 9.49% de población objetivo está embarazada por año.

TABLA 5: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE LA EMPRESA Y SU PROYECCIÓN

AÑO	% de mujeres (15-40 años) 42%	mujeres embarazadas 9,49%	% de mujeres con posibilidad acceder al servicio (25%) ⁵	Demanda promedio mensual
2012	44098	4185	1046	87
2013	46051	4370	1093	91
2014	48091	4564	1141	95
2015	50222	4766	1192	99
2016	52446	4977	1244	104
2017	54770	5198	1299	108

Se observa que la demanda promedio mensual para el 2013 haciende a 91 mujeres embarazadas, y este número crece hasta llegar a ser 108 mujeres mensualmente para el año 2017.

Porcentaje de la demanda potencial a capturase

El porcentaje a capturaré es del 25% de la demanda potencial, y se calculó como sigue:

$$\% \text{ a capturarse (2013)} = \frac{1093}{4370} = 0.25 = 25\%$$

Los cálculos realizados de la demanda, también muestran que el mismo crece a una tasa del 4%. Por tanto el segmento a capturarse también se ira incrementado de año a año como se puede aprecia en la tabla 5.

⁵ Se estimó que el porcentaje de mujeres embarazadas con posibilidad de acceder al servicio, asciende al 25% de las mujeres embarazadas; considerando que ¼ de las familias en la ciudad de Tarija son de la clase media alta, mayor información (VER ANEXO 5)



2.12.3 Distribución de la demanda por segmentos

Se decidió como más conveniente dividir la población objetivo (mujeres embarazadas entre 15 y 40 años), en seis segmentos, como se muestra a continuación:

GRÁFICO 15: SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA



2.13 Objetivos del Plan de Marketing

El objetivo es la determinación de estrategias de mercadeo de corto, mediano y largo plazo, que logre una mayor participación en el mercado y satisfacción del cliente, posicionamiento y el liderazgo en el mercado.

Objetivo a corto plazo.

Ingresar con el nuevo servicio al mercado con el 25%⁶ de participación de la población en etapa gestante de la ciudad.

Se determina en base a la demanda potencial.

Objetivo de mediano plazo.

Lograr incrementar la afluencia al servicio y posicionarse en el mercado.

Objetivo a largo plazo.

Permanecer en el mercado con más del 19% de participación por parte de las mujeres en etapa de gestación de la ciudad de Tarija en los próximos cinco años.

⁶ $\frac{\% \text{ mujeres con posibilidad de acceder al serv.}}{\text{mujeres embarazadas}} = \frac{1093}{4370} = 25\%$



2.14 Estrategias de Mercado.

La estrategia de una empresa descansa en el hecho de llevar a cabo la planificación estratégica mediante un proceso para adaptar a largo plazo sus recursos y objetivos a las oportunidades que el mercado presenta.

El segmento al cual está enfocado este plan de negocio, es a las madres gestantes a las cuales se les pretende brindar el servicio de Preparación Física Pre-natal. Entre las estrategias que se va a utilizar son los siguientes:

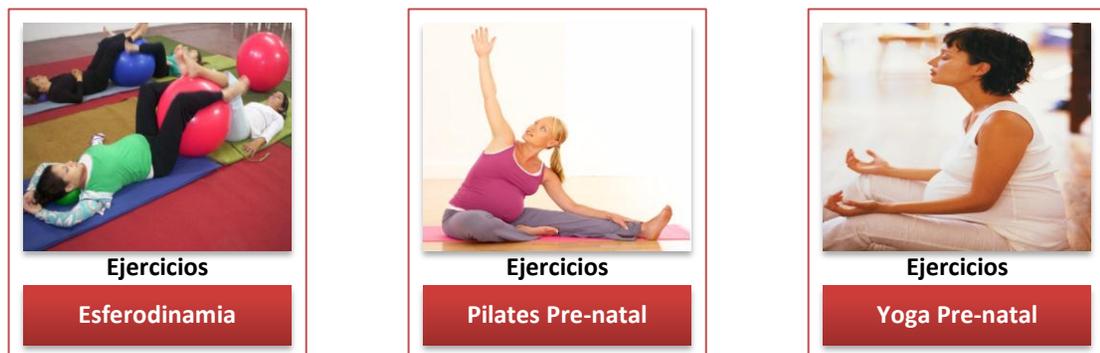
Se la conoce también como estrategia de concentración, consiste en elegir como meta un segmento abierto del mercado total; en este caso mujeres en etapa de gestación, por lo tanto, se hace una mezcla de mercadotecnia (Criterio de las 4 P's) para llegar a ese segmento único.

Con el propósito de penetrar a fondo en el segmento del mercado que se ha elegido (mujeres gestantes), para poder adquirir una reputación como especialista o experto en ese segmento.

2.14.1 Producto

Los servicios que se ofrece son los siguientes:

GRÁFICO 16: SERVICIOS QUE SE OFRECEN



Fuente: elaboración propia

**CUADRO 2: DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS**

Servicios	Descripción	Tiempo	
		desde	hasta
Ejercicios de esferodinamia	Son ejercicios de calentamiento se inician en la semana 26 de embarazo, se desarrollan con pelotas amplias cuyos diámetros oscilan entre los 65-85 centímetros. Las sesiones duran en promedio 30 a 45 minutos, durante la práctica se puede sentir pequeñas contracciones, las cuales no son motivo para alarmarse, son perfectamente normales debido al aumento en el ritmo cardiaco del bebé.	20 semanas de gestación	Dos semanas antes del parto.
Pilates Pre-natal	Realizar ejercicios con regularidad a través del método de pilates pre-natal les ayuda a relajarse y al mismo tiempo preparar el cuerpo para el momento del parto.	18 semanas de gestación	Dos semanas antes del parto.
Yoga Pre-natal	El yoga prenatal permite a las futuras mamás cuidar de su cuerpo, de su mente, y protegerse para recibir de forma relajada al bebé que está por nacer. Este ejercicio, que armoniza cuerpo y mente, alivia también problemas muy comunes durante el embarazo como la hinchazón, las estrías y los dolores de espalda y de piernas. Además, el yoga permite que la mujer embarazada conserve la elasticidad de su cuerpo. La práctica de este tipo de ejercicio físico suave es una de las recomendaciones en las que más insisten los ginecólogos actualmente. Esta terapia oriental es la que está despertando más interés por los beneficios que ofrece a las mujeres durante su embarazo.	18 semanas de gestación	Dos semanas antes del parto.
Psicológico	El servicio psicológico les brindará a las mujeres una ayuda psicológica, durante el proceso de embarazo, para que puedan llevar un embarazo muy feliz y que los cambios hormonales, molestias que sufren durante su gestión no les afecte de manera significativa.	-	-

Fuente: elaboración propia

Los servicios mencionados que oferta la empresa, lo realiza en paquetes se detallan a continuación

CUADRO 3: PAQUETES DE SERVICIOS QUE SE OFRECE EN LA EMPRESA

Paquetes	Contenido			
	Ejercicios de esferodinamia	Pilates Pre-natal	Yoga Pre-natal	Psicológico
P 1	2 sesión/mes	2 sesión/mes	2sesion/mes	No incluye
P 2	4 sesión/mes	2 sesión/mes	2sesión /mes	No incluye
P 3	4 sesión/mes	4 sesión/mes	2 sesión/mes	1 sesión
P 4	4 sesión/mes	4 sesión/mes	4 sesión/mes	incluye

Fuente: elaboración propia



2.14.2 Precio

Para fijar el precio⁷ se adiciono un porcentaje a los costos unitarios totales. Para ello se calculó un margen sobre el precio, desconocido, de la siguiente forma:

$$P_v = jP_v + C_u$$

Donde P_v es el precio de venta, j es el margen sobre el precio y C_u es el costo unitario. Como el precio de venta se desconoce y tanto j como C_u son conocidos, la expresión puede simplificarse como sigue:

$$P_v = \frac{C_u}{(1 - j)}$$

Conociendo que el costo unitario, para la prestación del servicio es de 153 Bs., fijando un margen de utilidad del 15%.

Costos de fabricación	123700
Gastos de administración	41600
Gastos de comercialización	1760
Costo total	167060
VENTAS	1093
Costo Unitario	153

Fuente: elaboración propia

El precio se calculó como sigue:

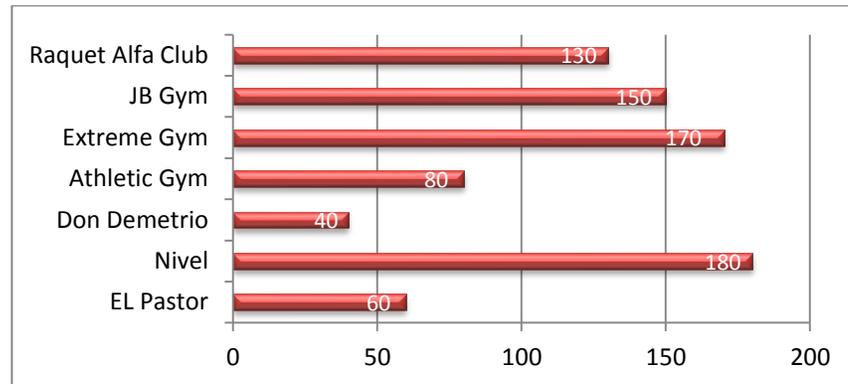
$$P_v = \frac{153}{(1 - 0.15)} = 180 \text{ Bs.}$$

El precio unitario calculado según los costos de la empresa, es de 180 Bs. /mes. Que es similar al precio de uno de los competidores indirectos (gimnasio Nivel, gráfico 17). Pero en la empresa, los servicios están divididos en paquetes, por tanto el precio que se decidió fijar, está en función de los paquetes, tomado como referencia el precio de 180 Bs., estos precios responden a las condiciones de mercado existente en la ciudad de Tarija.

⁷ Preparación y evaluación de proyectos de (segunda edición), Nassir Sapag Chain, Pág. 65



GRÁFICO 17: PRECIO PROMEDIO MENSUAL DE LOS GIMNASIOS, CIUDAD DE TARIJA



Fuente: elaboración propia

Precio de los diferentes paquetes, se estableció como sigue:

Paquetes	Precio + factura
P 1	140 Bs./mes
P 2	160 Bs./mes
P 3	175 Bs./mes
P 4	180 Bs./mes
Psicológico	50 Bs./sesiones

Fuente: elaboración propia

Para la determinación de los precios de oferta (sin factura), se lo realizó con la siguiente propiedad⁸, donde se divide el precio de venta, sobre un factor que resulta de la suma (1+IVA) (1+15.5%)

$$\text{Precio de oferta} = \frac{\text{Precio de venta}}{(1 + IVA)}$$

TABLA 6: PRECIO DEL SERVICIO, POR SEGMENTO

Paquetes	Precio + factura	Precio de oferta (precio – factura)
P 1	140	121 Bs./mes
P 2	160	139 Bs./mes
P 3	175	152 Bs./mes
P 4	180	156 Bs./mes
Psicológico	50 Bs./sesiones	44 Bs./mes

Fuente: elaboración propia

⁸ Tasa efectiva del IVA, es con el cual se calcula el precio de oferta. Si bien la tasa nominal de IVA es del 13%. La tasa efectiva del IVA haciende al 15.5%; $t_{IVA} = \frac{T_{IVA}}{(100 - T_{IVA})} * 100$

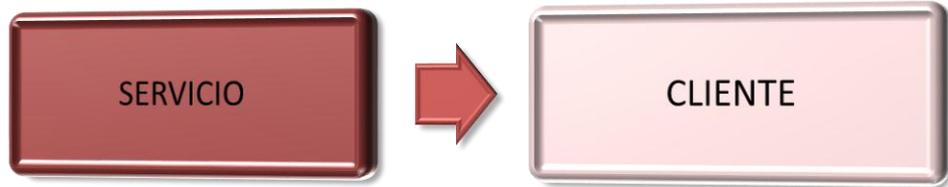


2.14.3 Plaza

Dentro de los canales de distribución que la empresa pretende emplear es la distribución directa del servicio al cliente, a través del personal con el que el Centro de Preparación Física Pre-natal contará para la eficiente prestación del servicio.

El cliente que desee adquirir nuestro servicio deberá visitar nuestras únicas instalaciones debido a que no se contará por el momento con sucursales u otro tipo de canales de distribución.

GRAFICO 18: CANALES DE DISTRIBUCIÓN



2.14.4 Promoción

Con el objetivo de poder llegar a los segmentos ya establecidos de la demanda.

Publicidad

Se dará a conocer las características y virtudes del servicio, como también generar imagen de la empresa esta se realizara en los medios de comunicación que muestra el análisis de resultados, después de haber realizado el trabajo de campo como ser en:

- ❖ **En Televisión (UNITEL)** Para que la población de mujeres gestantes tarijeña tenga una idea clara de los servicios que ofrecerá el centro de Preparación Física Pre-natal
Se mostrara los servicios que ofrece, ubicación, teléfono para que la gente se sienta segura y confié en el servicio.
- ❖ **En Radio (Fides)**, ya que es un medio de comunicación que puede apreciarse en cualquier punto en donde se encuentre sea en el trabajo o en el hogar, es escuchado



por todos siendo clase alta, media o baja llegando así a toda la población. También se puede observar que según el trabajo de campo la radio Fides es escuchada por personas de diferentes edades lo que nos da un mercado potencial importante.

Además de que los costos son bajos y la cobertura de la misma es amplia y por qué se puede evitar en cierta forma el famoso “zapping”, tan usual ahora en el medio televisivo.

En el mensaje se utilizara un lenguaje claro y al mismo tiempo impactante en el momento del mensaje publicitario. Se detallarán los servicios que se ofrecen, los horarios, la ubicación y los contactos para cualquier consulta.

Material: Entre los cuales se utilizará los siguientes: Volantes y afiches, los cuales se harán con el objetivo de informar a las mujeres sobre la existencia de un nuevo servicio de preparación física pre-natal; donde se detallará la ubicación y todo el servicio que ésta ofrece.

Marketing de boca a boca: Una vez iniciado el funcionamiento del centro de Preparación Física Pre-natal, se espera que las mujeres que acudan a este centro dada la atención y calidad de servicio que se ofrecerá, ellas den buenas referencias a sus amigas, familiares y así constituyendo una buena imagen decidan inscribirse en este centro nuevas mujeres gestantes; este tipo de marketing no incurren en gastos y es muy bueno si la gente se siente a gusto con el servicio, porque atraería a más clientes.

La publicidad se realizará para la apertura del centro de Preparación Física Pre-natal por televisión: se realizara día por medio en la primera semana esto será en el primer año. En el segundo año se realizará la publicidad en la radio día por medio en la primera semana de enero, febrero, marzo y abril. Los afiches y volantes durante el primer mes de la gestión 2013.

La política de promoción será: la primera clase de preparación física es gratis, para que ellas se interesen en el servicio y al ver esta preparación ellas se sientan conformes, y decidan inscribirse en el centro de preparación física pre-natal.



Presupuesto del plan de marketing

Se realiza un presupuesto de los costos involucrados en la promoción del servicio.

Este se realizara mediante spots publicitarios en la televisión en un canal de mayor audiencia (canal 30 Unitel), y en la radio Fides para dar a conocer nuestro producto.

La publicidad se realizará para la apertura del centro de Preparación Física Pre-natal por televisión. En el segundo año se realizará la publicidad en la radio día por medio en la primera semana de enero, febrero, marzo y abril.

TABLA 7: COSTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (Bs. /mes)

MEDIOS	DURACIÓN	DETALLE	CANTIDAD	COSTO (Bs.)
Televisión	600 seg. (2 veces/día)		dos pases por semana, durante un mes	1200
Radio	30 seg. (2 veces/día)		4 pases por semana, durante un mes	60
Material Impreso	100	5		500
TOTAL				1760

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III PLAN DE OPERACIONES



3 PLAN DE OPERACIÓN

3.1 Descripción del servicio

Los servicios que se espera ofrecer comprende:

Gimnasia Pre-natal

La gimnasia pre-parto (que puede realizarse sola o en pareja) consiste en una serie de actividades físicas y ejercicios que van armonizando, tonificando y preparando a la futura mamá para el momento del nacimiento, a la vez que le permiten comenzar a establecer una comunicación con su bebé.

Los objetivos primordiales del ejercicio prenatal son:

- Trabajar la vinculación prenatal de la madres y bebes
- Entrenar físicamente a la mujer y prepararla para saber cómo actuar durante el trabajo de parto
- Mejorar el bienestar físico y mental de la mamá
- Aumentar la elasticidad muscular
- Estimular la circulación sanguínea
- Flexibilizar las articulaciones que intervienen en el parto
- Establecer una buena comunicación entre la mamá y el bebé
- Fortalecer el vínculo con su hijo
- Estimular el desarrollo sensorial del bebé
- Ayudar a controlar la respiración

Beneficios de la Gimnasia Pre-natal

Para las mujeres los beneficios son múltiples:

- Ayuda a reducir en gran medida el dolor del parto. De 1.500 mujeres que realizaron ejercicios de preparación para el parto, el 50% de las madres tuvo una actitud de calma absoluta durante el parto, sin acusar dolor en ninguna de las



etapas de éste. El 30% presentó una actitud serena, con quejas de corta duración y dolores soportables. El 15% necesito algún tipo de analgésico y sólo el 5% de los casos se estimó como fracasado.

- Mejora la condición física general, estimulando la función cardiovascular y muscular, favoreciendo la corrección postural, fortificando la musculatura y evitando un incremento excesivo de peso.
- Proporciona una preparación ideal para el cuerpo y la mente antes del parto.
- Ayuda a controlar la respiración, lo que garantizará a la mamá el aporte de oxígeno necesario durante el alumbramiento, le permitirá aumentar su capacidad pulmonar y centrar la atención durante el parto para evitar dolores.
- Favorece una rápida recuperación posparto, sin causar daño alguno a la mamá o al bebé.
- Fortalecimiento del área pélvica, la zona abdominal, los glúteos y los brazos, imprescindibles para sostener al recién nacido.
- Disminuye los casos de depresión post parto. Ayuda a tolerar mejor los procedimientos que se les realizan.
- Ayuda a mejorar el control durante el trabajo de parto.

Cuando es peligroso hacer ejercicio durante el embarazo

No todas las mujeres embarazadas deben hacer ejercicio, ya que en determinados caso puede tener efectos secundarios adversos. “Es importante que se consulte al médico antes de comenzar un programa de actividad física, ya que en algunas circunstancias van a existir contraindicaciones que desaconsejan la realización de la misma

La gimnasia prenatal no es recomendable para las mujeres que “presenten enfermedad cardíaca o pulmonar, hipertensión, cuello uterino incompetente, embarazo múltiple, hemorragia vaginal frecuente a partir del cuarto mes, rotura precoz de membranas, infección aguda o placenta previa”.



3.2 Tipos de servicio que se ofrece

Los servicios con los que contara este servicio son: esferodinamia, pilates pre-natal, yoga prenatal los cuales se detallan:

3.2.1 Ejercicios de esferodinamia



EJECICIO DE ESFERODINAMIA

- Son ejercicios de calentamiento se inician en la semana 26 de embarazo, se desarrollan con pelotas amplias cuyos diámetros oscilan entre los 65-85 centímetros.

Las sesiones duran en promedio 30 a 45 minutos, durante la práctica se puede sentir pequeñas contracciones, las cuales no son motivo para alarmarse, son perfectamente normales debido al aumento en el ritmo cardiaco del bebé.

3.2.2 Pilates Pre-natal



PILATES PRE-NATAL

- Realizar ejercicios con regularidad a través del método de pilates pre-natal les ayuda a relajarse y al mismo tiempo preparar el cuerpo para el momento del parto.

Es considerada preventiva y terapéutica por sus grandes beneficios, combina movimientos de gimnasia, yoga y kinesiología.



3.2.3 Yoga Pre-natal



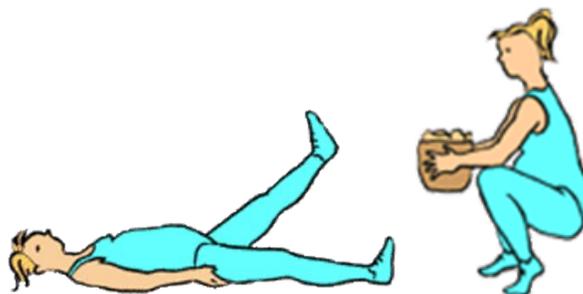
YOGA PRE-NATAL

- El yoga prenatal permite a las futuras mamás cuidar de su cuerpo, de su mente, y protegerse para recibir de forma relajada al bebé que está por nacer.

Este ejercicio, que armoniza cuerpo y mente, alivia también problemas muy comunes durante el embarazo como la hinchazón, las manchas, las estrías y los dolores de espalda y de piernas. Además, el yoga permite que la mujer embarazada conserve la elasticidad de su cuerpo. La práctica de este tipo de ejercicio físico suave es una de las recomendaciones en las que más insisten los ginecólogos actualmente. Esta terapia oriental es la que está despertando más interés por los beneficios que ofrece a las mujeres durante su embarazo.

3.2.4 Ejercicios para aliviar dolores

GRÁFICO 19: EJERCICIO PARA ALIVIAR LOS DOLORES



Actividades tan normales como levantarse de la cama o recoger algo del suelo deben realizarse con cuidado. Una buena postura ayudará a reducir el dolor de espalda del embarazo.

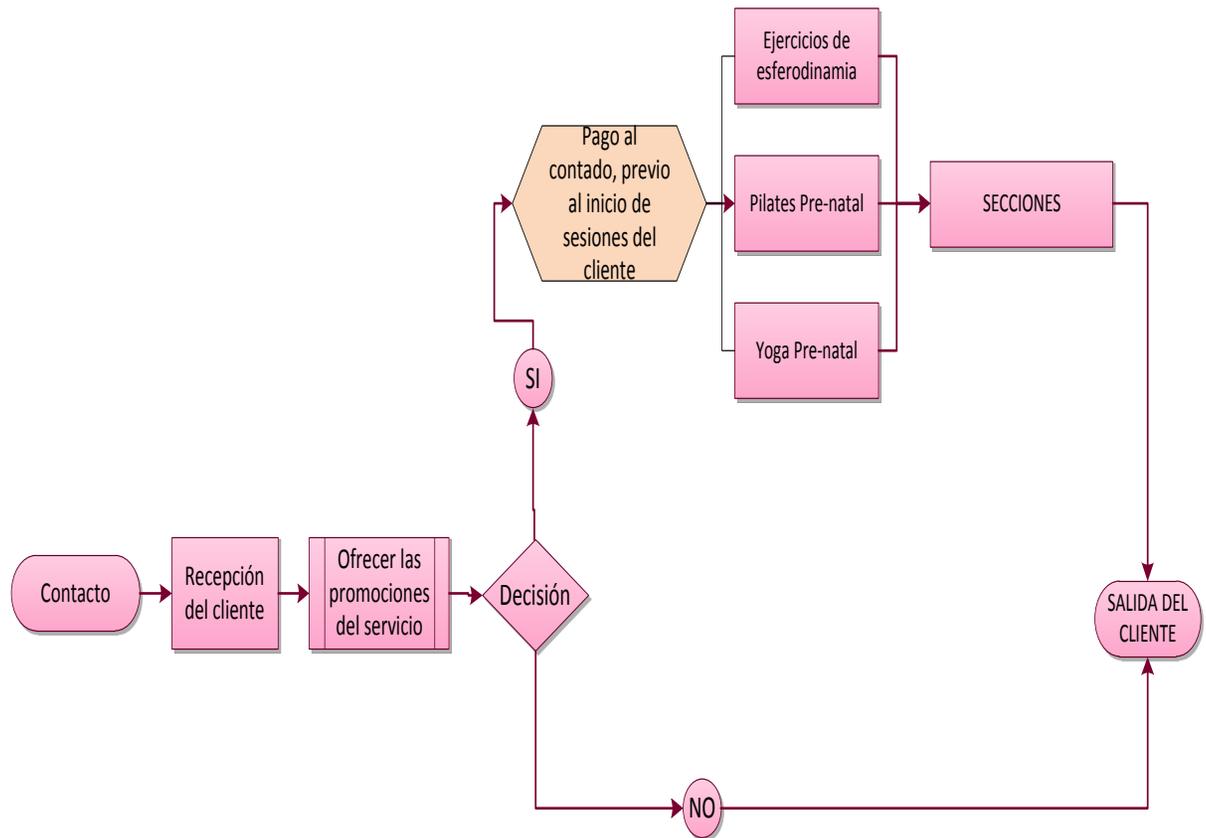


Es por eso que en las clases de Preparación Física se les enseñaran diferentes tipos de posturas para aliviar dolores de espalda, musculares, evitar calambres y cualquier tipo de molestias comunes que suelen tener las mujeres embarazadas.

3.3 Diagrama de flujo de la prestación del servicio

El diagrama de flujo nos muestra cómo será la atención del servicio desde el inicio, cuando el cliente ingresa a las instalaciones para ser atendido por el personal capacitado, hasta la salida del cliente de las instalaciones.

GRÁFICO 20: DIAGRAMA DE FLUJO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO



Fuente: Elaboración propia

La forma de pago es al contado, y es previo al inicio de sesiones del cliente. El precio depende del tipo de paquete que elija el cliente (VER CUADRO 3, pág. 40)



3.3.1 Descripción del proceso de prestación del servicio

Inicio: Comienza cuando el cliente entra a las instalaciones para consultar por el servicio ya sea por interés o solo curiosidad.

Recepción y Atención del Cliente: En la recepción se encuentra la secretaria que es la encargada de informar sobre los servicios que ofrece el centro de Preparación Física Prenatal y explicarles sobre los beneficios que obtienen al realizar este tipo de rutina.

Ofrecer las Promociones del Servicio: Después de dar previa información sobre el servicio que se ofrece y los beneficios que obtienen si realizan dichos ejercicios, se pasa a ofrecer el servicio e informarle sobre las promociones con las que cuenta.

Escuchar las Necesidades del Cliente: El cliente ya escucho sobre los servicios que se ofertan, ahora le toca a ella(s) aclarar sobre las dudas que pueda tener acerca de los beneficios.

Sugerir Propuestas y dar un presupuesto sobre el costo del servicio: Volver a explicar pero sobre las dudas que tiene hasta que no le quede ninguna duda, de que este servicio le trae muchos beneficios para su salud y la de su bebe; así también para su cuerpo. Culminada esta etapa se pasa a dar un presupuesto sobre los costos de los diferentes tipos de servicio con los que se cuenta.

Esperar respuesta sobre si contratara el servicio: Existen dos opciones:

Si no contrata el servicio: Se lo invita con toda cordialidad a que pueda volver el momento que ella desee.

Si contrata el servicio: Se realiza la inscripción, se piden los datos del cliente, el cliente escoge el turno que desee y finalmente el cliente se retira.

Salida del Cliente



3.4 Capacidad instalada del centro pre-natal

Se tiene unos ambientes de 100 m², teniendo dos salas de amplias y en que cada sala cabe 20 personas y cada persona viene tres veces por semana, trabajando de lunes a sábado se tiene una capacidad instalada para 200 mujeres mensualmente que pudieran utilizar los servicios que ofrecemos.

GRÁFICO 21: CALCULO DE CAPACIDAD INSTALADA

HORARIO	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
08:00 a 09:30 am	Yoga Pre-natal	Ejercicios de esferodinamia	Pilates Pre-natal	Psicológico	Yoga Pre-natal	Ejercicios de esferodinamia
10:00 a 11:30 am	Ejercicios de esferodinamia	Yoga Pre-natal	Pilates Pre-natal	Psicológico	Ejercicios de esferodinamia	Yoga Pre-natal
14:00 a 15:30 pm	Yoga Pre-natal	Ejercicios de esferodinamia	Pilates Pre-natal	Psicológico	Yoga Pre-natal	Ejercicios de esferodinamia
16:00 a 18:30 pm	Ejercicios de esferodinamia	Yoga Pre-natal	Pilates Pre-natal	Psicológico	Ejercicios de esferodinamia	Yoga Pre-natal
19:00 a 20:30 pm	Yoga Pre-natal	Ejercicios de esferodinamia	Pilates Pre-natal	Psicológico	Yoga Pre-natal	Ejercicios de esferodinamia

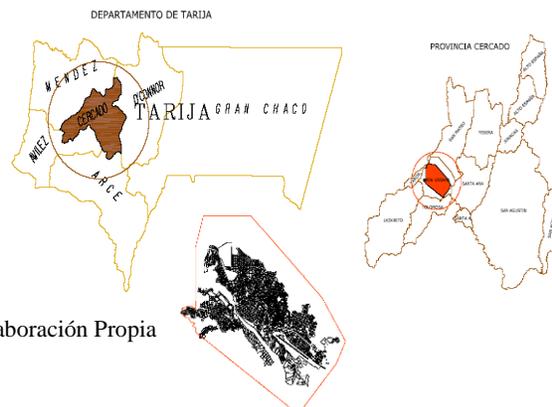
■ Yoga Pre-natal
 ■ Ejercicios de esferodinamia
 ■ Pilates Pre-natal
 ■ Psicológico

Como se tiene una capacidad de 200 mujeres embarazadas para ser atendidas en 10 horas de funcionamiento, por día.

3.5 Localización y distribución física

Se ubicara en el departamento de Tarija, en la zona central de la ciudad, en la calle Cochabamba casi esquina Campero. Debido a que se cuenta con construcción propia, además se considera que es un lugar estratégico para el servicio ya que al estar entre calles muy transitadas y céntricas de la ciudad podría ser visitada de manera habitual para conocer específicamente el servicio.

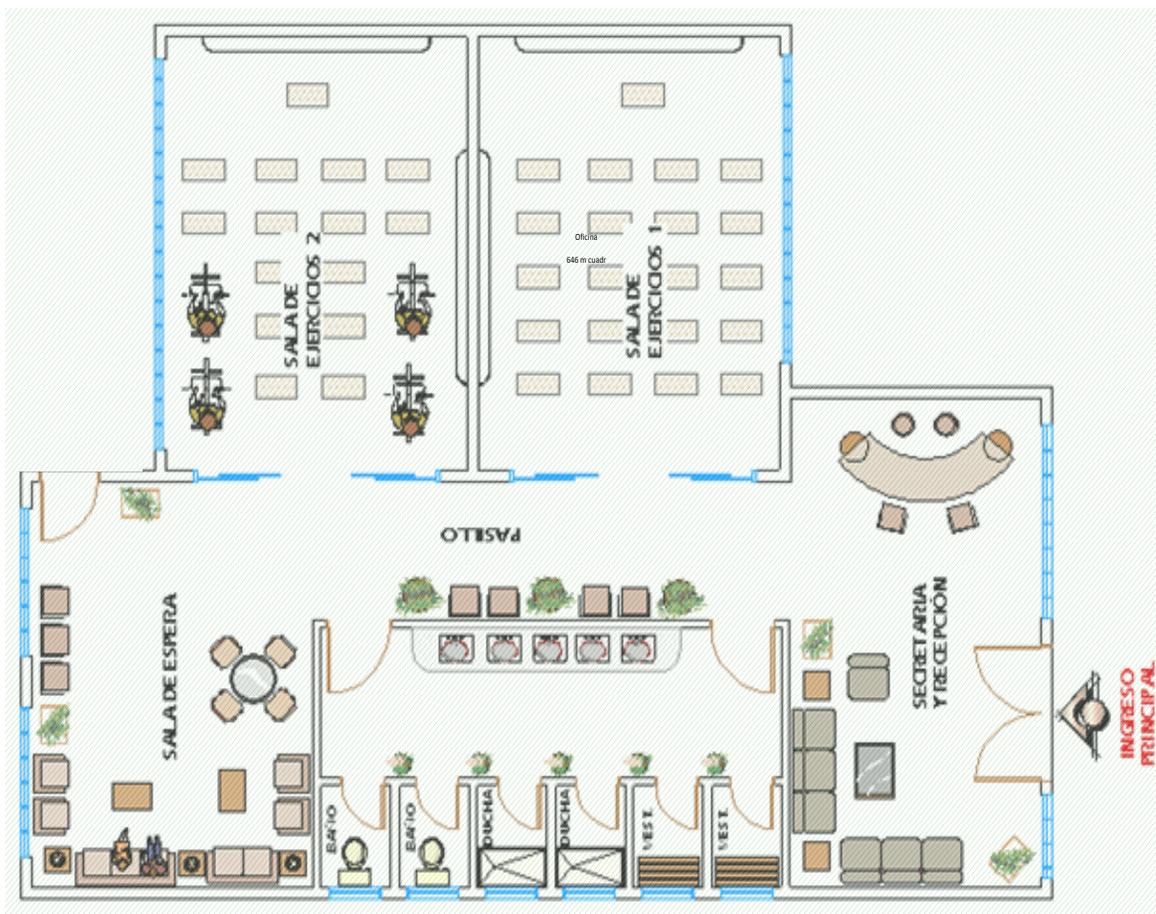
GRÁFICO 22: LOCALIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES



Fuente: elaboración Propia



GRÁFICO 23: CROQUIS DE LAS INSTALACIONES



Fuente: elaboración propia

Dentro de las instalaciones se tiene cuatro ambientes que están dispuestos para la recepción y secretaria administrativa, un segundo ambiente esta es usado como vestidores y baños, un tercer ambiente es que la sala de ejercicios y por último la última sala de espera.

3.6 Requerimientos para la instalación y funcionamiento

Para la implementación de este servicio se requiere de una infraestructura con cuatro ambientes los cuales serán propios.



3.6.1 Remodelación y decoración.

Los ambientes necesitan ser rediseñado y remodelado por expertos (decorador de interiores) que decoren el lugar de manera acorde al servicio que se va a brindar, para captar y satisfacer de mejor manera las expectativas de los clientes potenciales.

TABLA 8: DECORACIÓN Y REMODELACIÓN

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Obra Vendida (remodelación y pintado)	4 ambientes	1500	1500
Diseño y Decoración (adornos, cuadros, cortinas)	4 ambientes	2800	2800
Letrero de panaflex	2	400	800
Espejos	3	800	2400
Iluminación	4	1200	4800
Alquiler (Costo de oportunidad)	mes	3500	3500
TOTAL			15800

Fuente: elaboración propia

3.6.2 Muebles y enseres

Los muebles y enseres son requeridos para el personal administrativo, el detalle de los mismos se muestra a continuación:

TABLA 9: MUEBLES Y ENSERES REQUERIDOS

Muebles y enseres	Cantidad	Precio unitario	Total
Escritorios	2	1000	2000
Sillas para escritorio	2	150	300
Sillones	6	2000	12000
Casilleros	7	500	3500
Sillas	12	100	1200
COSTO TOTAL			19000

Fuente: elaboración propia

3.6.3 Materiales y equipos

Son los que están sujetos a la depreciación, tienen una vida útil, el detalle de lo que requiere en cuanto a los materiales y equipos se detalla a continuación:

TABLA 10: MATERIALES PARA LA REALIZACIÓN DE EJERCICIOS

Producto	Unidades	Precio unitario	Total
Colchonetas con apoyo	15	150	2250
Pelotas de 65-85 cm	15	90	1350
COSTO TOTAL			3600

Fuente: elaboración propia

**TABLA 11: EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Producto	Unidades	Precio unitario	Total
Equipo de Computación	2	4200	8400
Televisor Samsung Pantalla Plana 42 pulgadas	1	5000	5000
Equipo de Sonido	2	2500	5000
Aparato Telefónico	1	500	500
COSTO TOTAL			18900

3.6.4 Servicios básicos

Se requiere, electricidad, agua, limpieza y teléfono. El detalle y el precio de los mismos se detallan en la tabla que sigue:

TABLA 12: SERVICIOS BÁSICOS REQUERIDOS

Producto	Unidades	Precio unitario	Total
Electricidad	12 meses	250	3000
Agua	12 meses	200	2400
Limpieza y mantenimiento	12 meses	600	7200
Teléfono	12 meses	50	600
COSTO TOTAL			13200

Fuente: elaboración propia

CAPITULO IV

ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO



4 ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO

La organización es un sistema estructurado de reglas y relaciones funcionales que está diseñado para llevar a cabo las políticas de la empresa.

La fuerza de trabajo son aquellas personas que se encuentran ubicadas en las diferentes áreas de la estructura organizacional y que coadyuvan al logro de los objetivos planteados en los diferentes niveles. Dentro a la empresa se contara con ocho personas tanto en la parte administrativa y operativa de la empresa.

4.1 Naturaleza del Negocio

4.1.1 Nombre de la Empresa

La empresa funcionara bajo el siguiente nombre:

Centro de Preparación Física Pre-natal “Maternity”, el logo de la empresa es el siguiente:

GRÁFICO 24: LOGO DE LA EMPRESA



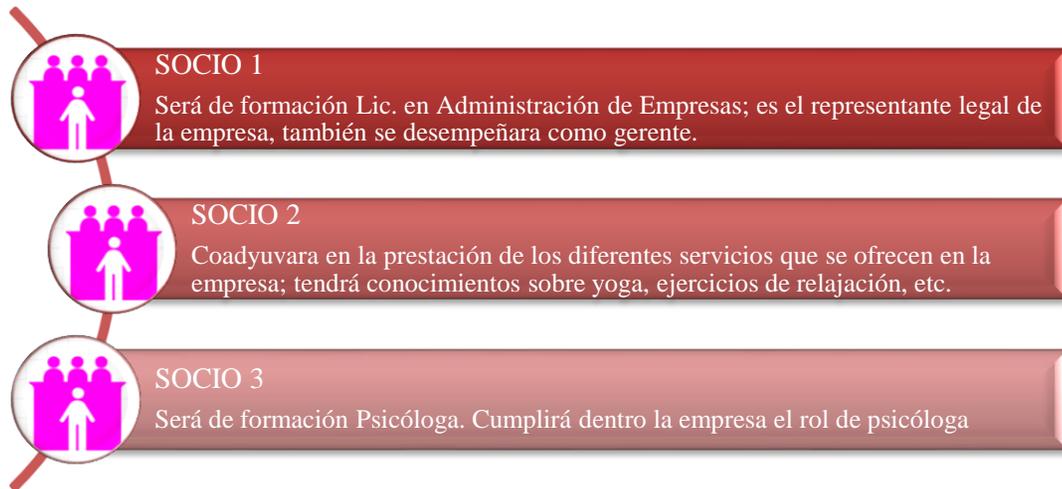
Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Razón social de empresa

La empresa “**MATERNITY**” para incorporarse al mercado de manera legal cumplirá con una serie de obligaciones que se da en las diferentes instituciones públicas como: Fundeempresa, Servicio Nacional de Impuestos Internos, Fondo de Pensiones, Alcaldía Municipal, Caja Nacional de Salud y Ministerio de Trabajo. (VER ANEXO N° 6).



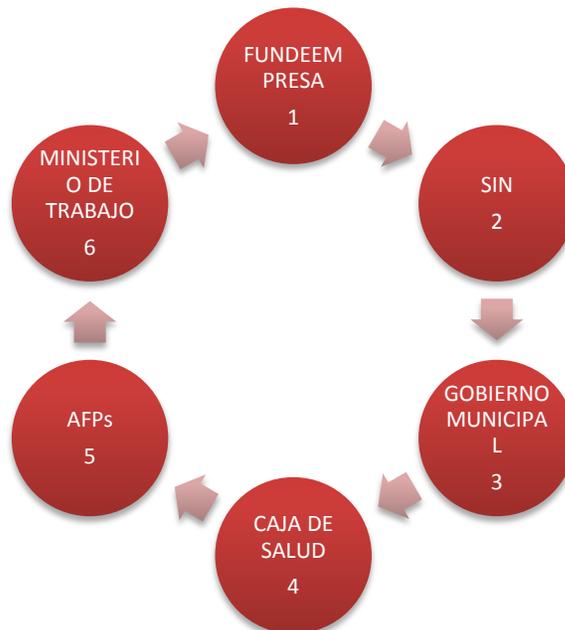
La empresa “**MATERNITY**” será constituida como una empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.); el capital social está conformado por aporte propio de sus socios. Los socios dentro la empresa cumplirán las siguientes funciones:



4.1.3 Aspectos legales para constitución de la empresa

Para la apertura de un negocio (empresa) a continuación se detallan los procedimientos más importantes que se deben realizar en las instituciones con las cuales se mantiene una relación directa los negocios:

GRAFICO 25: PROCEDIMIENTO PARA LA APERTURA UNA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia



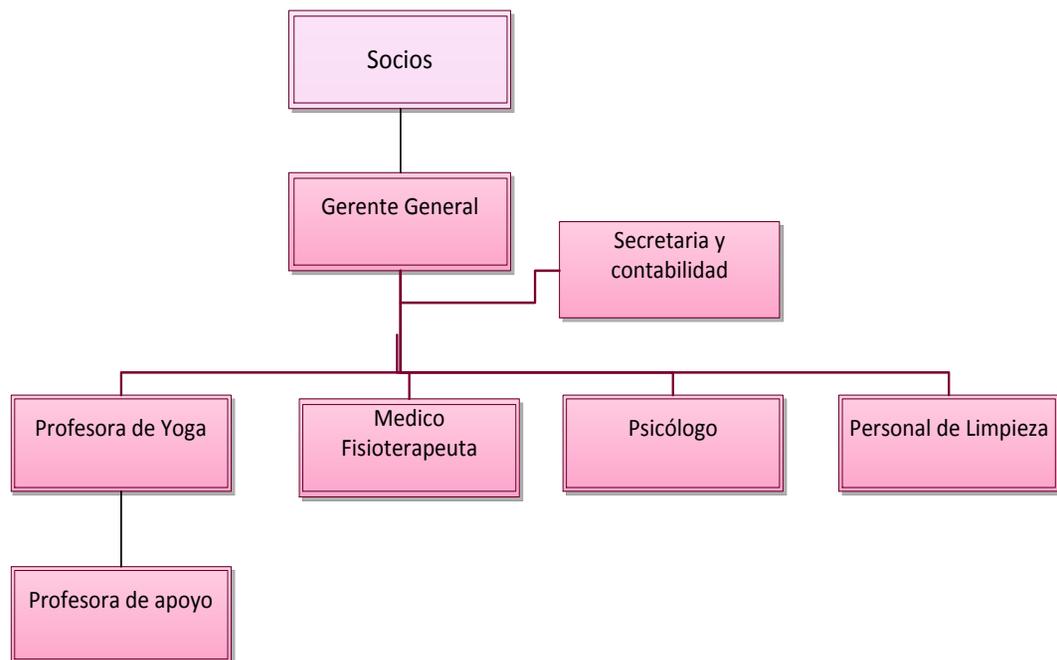
4.2 Estructura Organizacional

La estructura organizativa, nos ayudara a denotar a la empresa, en cuanto a las funciones que realizan sus miembros en la misma.

El organigrama muestra quienes realizaran dichas tareas para la atención del servicio y quien será el responsable para que se realicen las tareas para llegar a los resultados esperados, así mismo nos muestra la escala jerárquica que posee y el tamaño relativo de la empresa.

El tipo de organigrama es vertical, lo cual permitirá tener una mejor supervisión, control y comunicación en las personas que se encuentran en los diferentes niveles.

GRÁFICO 26: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia



4.2.1 Descripción de funciones del personal de la empresa

A continuación se describen las funciones del personal involucrado en la empresa

CUADRO 4: FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS

JUNTA DE SOCIOS	
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> • Fijan las directrices generales bajo las cuales se rige la empresa y que son operativizadas por el gerente general. • Supervisan constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa. 	

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 5: FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL

GERENTE GENERAL	
PUESTO	
Perfil	Competencias
Objeto de contrato	El Gerente General actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la junta de socios
Lic. Administración de Empresas	Capacidad de trabajo en equipo
Lic. Economía	Liderazgo
	Motivador
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
Jefe inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar el proceso de planeación estratégica de la Empresa, • Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. • Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
Junta de socios	

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO 6: FUNCIONES DE LA SECRETARIA (O) Y CONTABILIDAD**

PUESTO		SECRETARIA Y CONTABILIDAD
Perfil	Competencias	
Objeto de contrato	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de facturas y elaboración de estados contables • Atención a los clientes en la recepción de la empresa. • Mantener el archivo de proveedores. • Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago. 	
Lic. Auditoria	Capacidad de trabajo en equipo	
Técnico contable con estudio de secretariado	Trabajo bajo presión	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO		
Jefe inmediato	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de clientes, nómina, bancos y viáticos. • Coordinación de la entrega de información a la empresa que realiza la contabilidad. 	
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de cuentas personales de la Gerencia General. 	

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 7: PROFESORA DE YOGA

PUESTO		PROFESORA DE LA YOGA
Perfil	Competencias	
Objeto de contrato	Enseñanza de técnicas de relajación, concentración, ejercicios respiratorios, técnicas purificación y limpieza	
Profesora de yoga	Capacidad de trabajo en equipo	
	Liderazgo	
	Motivador	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO		
Jefe inmediato	Estará encargada de dictar las sesiones de yoga que los clientes requieren, también de elaborar informes sobre las necesidades de los clientes.	
Gerente general		

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO 8: FUNCIONES DEL PSICÓLOGO**

PSICÓLOGO (a)	
PUESTO	
Perfil	Competencias
Objeto de contrato	Coadyuvar en mejorar el bienestar y el ánimo, de los clientes que lo requieran, mejorando su estado de animo
Lic. Psicología	Capacidad de trabajo en equipo
	Liderazgo
	Motivador
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
Jefe inmediato	Debe velar por el bienestar emocional de los clientes, proporcionando orientación psicológica y comprensión de los estados emocionales que se generan con el embarazo.
Gerente General	

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 9: FUNCIONES DE LA PROFESORA DE APOYO

PROFESORA DE APOYO	
PUESTO	
Perfil	Competencias
Objeto de contrato	Apoya en los, requerimientos que tengan los cliente
Fisioterapeuta	
Enfermera	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
Jefe inmediato	Coadyuva en una mejor atención de los clientes, atendiendo las inquietudes y requerimientos.
Psicólogo	

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO 10: FUNCIONES DEL PERSONAL DE LIMPIEZA**

PERSONAL DE LIMPIEZA	
PUESTO	
Perfil	Competencias
Objeto de contrato	Realizar la limpieza de todas las instalaciones del centro pre-natal
Bachiller en humanidades	Capacidad de trabajo en equipo
	Liderazgo
	Motivador
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
Jefe inmediato	Esta encargada de llevar todo el aseo de las instalaciones del centro pre-natal, a fin de mantener en las mejores condiciones higiénicas, que permitan una atención de calidad.
Gerente general	

Fuente: Elaboración propia

4.3 Remuneraciones de la fuerza de trabajo

Se tomara en cuenta para la fijación de sueldos y salarios el salario mínimo nacional de 1000 Bs. y el nivel de puesto que ocupara cada persona. El pago de los sueldos y salarios se realizara el día 1 hábil de cada mes.

A continuación el cuadro detalla el sueldo mensual y anual.

TABLA 13: PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

Puesto	Nº de empleados	Sueldo en Bs/mes	Aguinaldo	Total Bs/año
PERSONAL ADMINISTRATIVO				
Gerente General	1	2000	2000	26000
Secretaria	1	1200	1200	15600
SUB TOTAL		3200	3200	41600
PERSONAL CAPACITADO				
Fisioterapeuta	1	2500	2500	32500
Psicóloga	1	1000	1000	13000
Instructora de Yoga	1	2500	2500	32500
Instructora de Apoyo	1	1500	1500	19500
Encargado de Limpieza	1	1000	1000	13000
SUB TOTAL		8500	8500	110500
TOTAL PLANILLA		11700	11700	152100

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V
PLAN FINANCIERO



5 PLAN FINANCIERO

En esta etapa del plan de negocios, se sintetiza toda la información recopilada y analizada en las diferentes áreas, la finalidad principal es conocer la viabilidad económica y financiera del emprendimiento.

5.1 Determinación de costo

Para la determinación de los costos, se seguirá el método del gasto incurrido, este de procedimiento divide los costos en cuatro cunetas mayores como se muestra a continuación:

5.1.1 Costos de producción

Los costos de producción, los cuales se debe incurrir, para la instalación e inicio de actividades de la empresa, están comprendidos los costos directos e indirectos (diferidos), como se detalla en la tabla 14, que sigue:

TABLA 14: COSTOS DE PRODUCCIÓN (en Bs.)

Puesto	N° de empleados	Sueldo en Bs/mes	Aguinaldo	Total Bs/año
Fisioterapeuta	1	2500	2500	32500
Psicóloga	1	1000	1000	13000
Instructora de Yoga	1	2500	2500	32500
Instructora de Apoyo	1	1500	1500	19500
Encargado de Limpieza	1	1000	1000	13000
TOTAL			8500	110500

Fuente: elaboración propia

La proyección de los costos directos (sueldos), se los realizara, para los siguientes años con una tasa de crecimiento del 3%, que es la tasa promedio de inflación inter anual, estima por el INE.

También se requerirá insumos (servicios básicos), que son requeridos para una adecuada prestación del servicio.

**TABLA 15: COSTOS DE LOS INSUMOS (en Bs.)**

Producto	Unidades	Precio unitario	Total
Electricidad	12 meses	250	3000
Agua	12 meses	200	2400
Limpieza y mantenimiento	12 meses	600	7200
Teléfono	12 meses	50	600
COSTO TOTAL			13200

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Costos de comercialización

Al tratarse de un servicio, no existen costos asociados propiamente a la comercialización. Por tanto los costos de comercialización, que requiere la empresa, son los concernientes a los gastos en publicidad, cuando inicie sus actividades, el costo de los mismos de detalla a continuación.

TABLA 16: COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (en Bs.)

MEDIOS	DURACIÓN	CANTIDAD	COSTO (Bs.)
Televisión	600 seg. (2 veces/día)	dos pases por semana, durante un mes	1200
Radio	30 seg. (2 veces/día)	4 pases por semana, durante un mes	60
Material Impreso	100	5	500
TOTAL			1760

Fuente: elaboración propia

Los costos estimados para la comercialización se realizan una vez por año, es decir 1760 Bs., será lo que se gaste, principalmente en el inicio de gestión.

5.1.3 Costos administrativos

Los costos administrativos, los costos asociados a los sueldos del gerente general, la secretaria, principalmente.

TABLA 17: COSTOS ADMINISTRATIVOS (en Bs.)

Puesto	Nº de empleados	Sueldo en Bs/mes	Aguinaldo	Total Bs/año
Gerente General	1	2000	2000	26000
Secretaria	1	1200	1200	15600
SUB TOTAL				41600

Fuente: elaboración propia



De la misma forma, el tratamiento en cuanto a los costos administrativos, de año en año se incrementara un 5%, al igual que los costos de producción, considerando la tasa de inflación promedio anual, estimado por el INE.

5.1.4 Costos de financiamiento

La inversión requerida para llevar adelante la puesta en marcha del plan de negocio asciende a Bs. 56551. El mismo se financiará enteramente con recursos propios. Que serán aportados por los tres socios en partes iguales, como se detalla a continuación:

TABLA 18: FUENTES DE FINANCIAMIENTO (en Bs.)

Socios	Monto de aporte en Bs.
Socio 1	18850
Socio 2	18850
Socio 3	18851
TOTAL	56551

Fuente: elaboración propia

5.2 Inversiones del plan de negocio

La “inversión”⁹ total asciende a un monto de 56551 Bs. El mismo está dividido en; inversión fija (tangibles¹⁰ e intangibles¹¹) que requiere de un monto total de 44201 Bs.

5.2.1 Inversión tangible

La inversión tangible asciende a un monto total de 40251 Bs. que comprende los equipos y muebles y enseres que el plan de negocio requiere para iniciar sus operaciones.

TABLA 19: INVERSIÓN TANGIBLES DE PLAN DE NEGOCIO

⁹ La inversión es un gasto que se realiza por la adquisición de determinados activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, es decir, es la compra de bienes o servicios para la fabricación, producción o adquisición de bienes de capital, con los que el proyecto producirá durante su vida útil.

¹⁰ Se caracteriza por su materialidad (se pueden tocar y ver) y está sujeta en su mayor parte a la depreciación o desvalorización gradual a lo largo de su uso, ya sea por desgaste u obsolescencia. Las inversiones fijas tienen una vida útil mayor a un año.

¹¹ Se caracteriza por su inmaterialidad, son servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico.



ITEM	CANT.	UNID.	COSTO UNIT(Bs.)	COSTO TOTAL(Bs.)
a. Equipos				18701
- Equipo de computadora	2	pza	4200	8400
- Televisor Samsung (pantalla de 42 pulgadas)	1	pza	5000	5000
- Equipo de sonido	2	pza	2500	5000
- Aparato telefónico	1	pza	301	301
b. Muebles				21400
- Escritorios	2	pza	1000	2000
- Sillones para escritorio	2	pza	150	300
- Sillones	6	pza	2000	12000
- Casilleros	7	pza	500	3500
- Sillas	12	pza	100	1200
- Espejos	3	pza	800	2400
c. Enseres				150
-Material de Escritorio	1		50	50
-Material de limpieza			100	100
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE				40251

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Inversión intangible

La inversión fija (intangible), asciende a un monto total de 3950 Bs. el cual comprende los gastos legales, gasto de remodelación y Constitución de la empresa, etc.

TABLA 20: INVERSIÓN INTANGIBLES DE PLAN DE NEGOCIO

ITEM	COSTO UNIT(Bs.)	COSTO TOTAL(Bs.)
a. Gastos Legales		2800
- Firma de contrato (alquiler)	500	500
- Obra Vendida (remodelación y pintado)	1500	1500
- Letrero de panaflex	800	800
b. Gastos de Organización		1150
- Constitución de la empresa	1000	1000
- Licencia de Funcionamiento. (H.A.M.)	150	150
TOTAL INTANGIBLE		3950

Fuente: elaboración propia



5.3 Precio de venta

El precio para los tres paquetes que se ofrece la empresa, son los siguientes:

TABLA 21: PRECIO DE LOS SERVICIOS POR PAQUETES

Paquetes	Precio + factura
P 1	140 Bs./mes
P 2	160 Bs./mes
P 3	175 Bs./mes
P 4	180 Bs./mes
Psicológico	50 Bs./sesiones

Fuente: elaboración propia

5.4 Capital de trabajo

El capital de trabajo denominado también capital circulante, fondo de maniobra o capital de operaciones tiene como objetivo financiar el monto de dinero que se requiere permanentemente para dar inicio al ciclo productivo y cubrir los gastos del plan de negocio en su fase de preparación, es decir, es el capital adicional con el que se debe de contar para que comience a funcionar el proyecto, esto es, financiar la producción antes de recibir los ingresos. Por su parte el capital de trabajo asciende a un monto total de 16300 Bs. Cuya cantidad es la que se necesita para que la empresa inicie sus actividades y pueda cubrir los pagos de sueldos, servicios básicos y alquiler del primer mes de funcionamiento de la empresa.

5.5 Ingresos anuales

Ingreso es la entrada de dinero por la prestación del servicio. Resulta de multiplicar el precio y la cantidad, ya establecidos líneas arriba.

Los ingresos fueron calculados según la demanda estimada, para el primer año de funcionamiento (1093 mujeres) atendidas; posteriormente se dividió a la demanda por paquetes 20% al primer paquete, 30% al segundo paquete y así sucesivamente. Posteriormente se multiplico por el precio de cada paquete establecido. Con lo que se obtuvo los ingresos que a continuación se presentan.

TABLA 22: INGRESOS ANUALES DE LA EMPRESA

ITEM	2013	2014	2015	2016	2017
P 1(20%)	30604	31948	33376	34832	36372
P 2 (30%)	52464	54768	57216	59712	62352
P 3 (30%)	57383	59903	62580	65310	68198
P 4(20%)	39348	41076	42912	44784	46764
INGRESOS	179799	187695	196084	204638	213686

Fuente: elaboración propia



5.6 Egresos anuales

Los egresos son salidas de efectivo de la empresa, están constituidos por los costos y gastos de producción, es decir, aquellos en que incurre una empresa para la prestación del servicio. Existen dos métodos de clasificación de los egresos: Por Objeto de Gasto y, Costeo Fijo y Variable. Para el análisis de los egresos en el presente estudio se utilizó el primer método.

5.6.1 Método por Objeto Del Gasto

Consiste en la agrupación de los gastos de acuerdo al fin que cubren. Según este método los egresos se clasifican en: costos de producción, gastos de comercialización, gastos de administración, depreciación e intereses. *Costos de Producción*¹²

Cabe mencionar que: los *costos directos* en la plan de negocio de la empresa “MATERNITY”, es la mano de obra directa.

Los *costos indirectos* se originan en la limpieza, así como los Insumos, y servicio básicos que son requeridos para la prestación del servicio.

Gastos de comercialización: Son los gastos en publicidad y promoción, que son realizados en la prestación del servicio por la empresa “MATERNITY”

Gastos de administración: Son gastos que provienen de las actividades realizadas en la organización y administrativo.

Gastos no Desembolsables (Depreciación y Amortización): La depreciación son cargos que se deducen anualmente por el desgaste de los bienes de capital (VER ANEXO N° 7)

¹² Son los valores de los recursos materiales y humanos que el proyecto utiliza en el proceso de producción. Estos pueden ser directos o indirectos. Estos se obtienen de multiplicar los requerimientos del proceso productivo con los precios de oferta más la planilla de sueldos.



TABLA 23: EGRESOS DE LA EMPRESA

ITEM	2013	2014	2015	2016	2017
1.- COSTOS DE FABRICACIÓN	123700	127147	130695	134346	138105
Costos directos	97500	100425	103438	106541	109737
- Fisioterapeuta	32500	33475	34479	35514	36579
- Psicóloga	13000	13390	13792	14205	14632
- Instructora de Yoga	32500	33475	34479	35514	36579
- Instructora de Apoyo	19500	20085	20688	21308	21947
Costos indirectos	26200	26722	27257	27805	28368
- Encargado de Limpieza	13000	13390	13792	14205	14632
1. Insumos					
- Electricidad	3000	3030	3060	3091	3122
- Agua	2400	2424	2448	2473	2497
- Limpieza y mantenimiento	7200	7272	7345	7418	7492
- Servicio Telefónico	600	606	612	618	624
2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	41600	43680	45864	48157,2	50565,06
- Sueldo Gerente General	26000	27300	28665	30098	31603
- Contabilidad y secretaria	15600	16380	17199	18059	18962
3. GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	1760	0	1760	0	1760
- Publicidad y Promoción	1760		1760		1760
4. GASTOS NO DESEMBOLSABLES	4820	4820	4820	4820	4820
- Depreciaciones	4820	4820	4820	4820	4820
B.EGRESOS	171880	175647	183139	187324	195250

Fuente: elaboración propia

5.7 Flujo de caja

El flujo de fondos, llamado también de origen y aplicación, muestra el origen de los fondos monetarios y su destino o aplicación en el tiempo. Su principal característica es que se lo realiza en forma anual.

La entrada y salida de recursos generalmente se da cada año, hasta la finalización del plan de negocio. En síntesis el flujo de fondos, expone la liquidez o iliquidez (capacidad de pago) del proyecto, es decir, si se tiene o no dinero en efectivo, para cubrir las obligaciones monetarias y obtener beneficios.

El flujo de fondos del plan de negocio, de la empresa “MATERNITY”, se muestra a continuación:

**TABLA 24: FLUJO DE CAJA, PROYECTADO**

ITEM	0	2013	2014	2015	2016	2017
A. INVERSIONES	56551	0	0	0	0	
INVERSION INICIAL	56551					
INVERSION DE REPOSICION		0	0	0	0	0
B. INGRESOS	0	179799	187695	196084	204638	240686
1. Ventas		179799	187695	196084	204638	213686
2. Valor de desecho						10700
2. Recuperación del capital de trabajo						16300
C. EGRESOS		169040	173839	181555	186832	195039
1. Costo de producción		123700	127147	130695	134346	138105
2. Gastos de Administración		41600	43680	45864	48157	50565
3. Gastos de Comercialización		1760	0	1760	0	1760
4. Impuesto a las Utilidades (25%)		1980	3012	3236	4329	4609
D. FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-56551	10759	13856	14529	17806	45647

Fuente: elaboración propia

5.8 Evaluación

La evaluación del plan de negocio, se lo realiza a través del cálculo de los indicadores que se muestran a continuación:

5.8.1 Periodo de recuperación

$$PR = \text{Año antes a la Rec.} + \frac{\text{Costo no Rec. al principio del año de la Rec.}}{\text{Flujo de Caja durante el año de la Rec.}}$$

	0	2013	2014	2015	2016	2017
FLUJO DE CAJA NETO	-56551	10759	13856	14529	17806	45647
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-56551	-45792	-31937	-17408	398	46045

$$PR = 3 + \frac{14856}{17806} = 3.81$$

Los resultados anteriores muestran que la inversión se recupera en tres años, nueve meses y 23 días aproximadamente.



5.8.2 Valor Actual Neto (VAN)

Para realizar el cálculo de la VAN, primero es importante determinar la tasa de descuento. El mismo se determina a continuación:

Determinación de la tasa de descuento

La tasa descuento se determinó, evaluando la rentabilidad de depósitos a plazo fijo (DPF), que los bancos pagan por el activo circulante¹³. Conocido la rentabilidad que obtendría el dinero en los bancos y estimado el monto de las inversiones del plan de negocio; la tasa de descuento se estimó con la siguiente propiedad:

$$\text{Tasa de descuento} = \left(\frac{\text{Costo de oportunidad}}{\text{Inversión}} \right) * 100\%$$

$$\text{Tasa de descuento} = \left(\frac{4524.08}{56.551} \right) * 100\% = 0.08 \approx 8\%$$

Calculado la tasa de descuento, se procedió a calcular el VAN.

El VAN calculado con los flujos de efectivo aplicando la fórmula es de Bs. 20.978. lo que refleja el dinero que se tiene disponible después de haber recuperado la inversión de 56.551 Bs., Por lo tanto, siempre que sea mayor que 0, el plan de negocio es viable.

El costo de oportunidad con la cual se calculó el VAN, del 8%, el mismo contempla tanto el depósito a plazo fijo y una prima por el riesgo, ambos es el costo de oportunidad con el cual se comprar la inversión en el plan de negocio.

$$VAN = -I \sum \frac{FCn}{(1+k)^t}$$

¹³ Actualmente la rentabilidad en los DPF, son muy bajos, pero las tasa se elevan si uno deja una cantidad superior a los 1000 Bs. Para estimar el monto de dinero que ganaría un depósito a plazo fijo de 56551 Bs., en un periodo de cinco años, se pido la BNB, una estimación de rentabilidad; el mismo nos informó que hacendaría a Bs. 4524.08 en cinco años.



$$VAN = -56551 + \frac{10759}{(1 + 0.08)^1} + \frac{13856}{(1 + 0.08)^2} + \frac{14529}{(1 + 0.08)^3} + \frac{17806}{(1 + 0.08)^4} + \frac{45647}{(1 + 0.08)^5}$$

$$VAN = 20.978 Bs.$$

5.8.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa que iguala los flujos de efectivo, con la inversión inicial del plan de negocio. Por lo tanto, se considera que es el porcentaje de rendimiento que se obtiene al invertir en el plan de negocio. La TIR de la empresa “MATERNITY S.R.L.” es de 18%, lo cual es superior al costo de capital que es 8%.

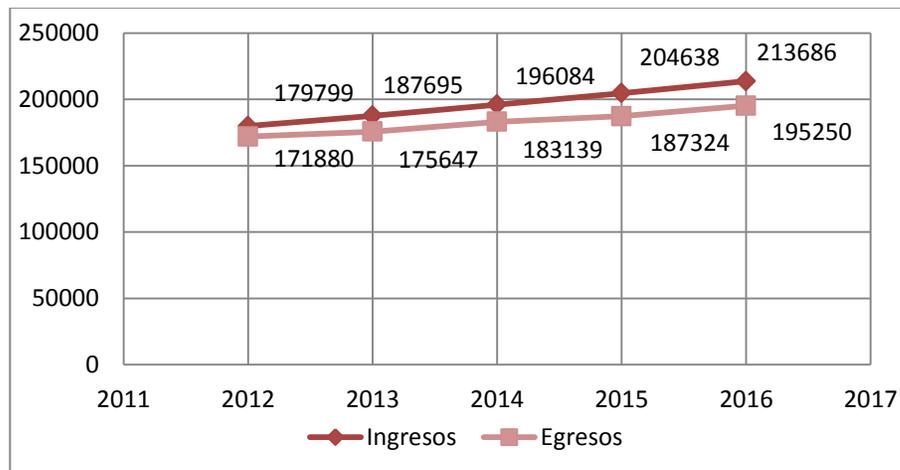
$$TIR = \frac{-I + \sum_{j=1}^n FC_j}{\sum_{j=1}^n FC_j} = \frac{-I + FC_1 + FC_2 + \dots + FC_n}{FC_1 + 2FC_2 + \dots + nFC_n}$$

$$TIR = 18\%$$

5.8.4 Punto de equilibrio

El plan de negocio genera rentabilidad desde el primer año, lo que se puede apreciar si se grafica los ingresos y egresos que genera durante el periodo de evaluación.

GRÁFICO 27: CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO





6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- ❖ La oferta del servicio que presta el centro de preparación física prenatal, con las características, detalladas en el presente plan de negocio representa una oportunidad de negocios, que puede ser aprovechada, existiendo una demanda a satisfacer actualmente.
- ❖ La investigación de mercado realizada, muestra que del total de encuestados el 98% señalan que están de acuerdo con la implementación de un Centro de Preparación Física Pre-natal, Lo que muestra, la existencia de una necesidad a satisfacer.
- ❖ El centro de preparación pre-natal, debe brindar una calidad en sus servicios. Este es el atributo que es valorado con el 51% al momento de acudir al centro de preparación de pre-natal.
- ❖ Uno de los aspectos que es valorado por los clientes; es que el centro de Preparación Física Pre-natal exista el servicio de un psicólogo. Los entrevistados manifiestan que debido a que sufren cambios hormonales en sus cuerpos esto les afecta en su estado de ánimo.
- ❖ Los indicadores financieros (VAN= 20978 y TIR= 18%), nos muestra que el proyecto es rentable. Como también el periodo de recuperación es de 3 años y 9 meses. En conjunto estos indicadores están mostrando el plan de negocio es rentable.
- ❖ El costo de inversiones no es muy elevado, por tanto como se indica en el capítulo financiero, el mismo es financiado completamente con recursos propios.



6.2 Recomendaciones

- ❖ Se recomienda invertir en la Empresa, para que se pueda implementar en la brevedad posible, debido a que es una excelente oportunidad para generar y obtener ganancias que reeditarán sobre lo invertido, obteniendo un VAN positivo a la tasa de mercado del 8%, por lo tanto los resultados expuestos son demostrados en el capítulo financiero del plan de negocio.
- ❖ Es necesario también tomar en cuenta que el plan de negocios el financiamiento es completamente con recursos propios. En caso de financiarlos con recursos externos, debe tomarse en cuenta que los indicadores financieros no serán los mismos.
- ❖ También se recomienda ser prudente a la hora de las contrataciones de personal, por que como el trabajo es con madres gestantes; que tienen repentinos cambios de humor que pudieran afectar la relación cliente-empresa, perjudicando a la imagen de la empresa.